

Филологические науки

УДК 81

**Фреймовое моделирование концепта «Деловая женщина»
в медийном дискурсе (на материале немецкого и русского языков)**

Ирина Феликсовна Баданян

Ростовский государственный экономический университет, Российская Федерация
344007 г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 69
Аспирант
E-mail: irabadanyan@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются особенности структурной организации концепта «Деловая женщина» в медиадискурсе с позиций фреймового подхода концептуального анализа. Когнитивная модель данного концепта представлена в виде иерархически организованной фреймовой структуры, в которой выявлено содержательное наполнение фреймов, слотов данной структуры. Описываются признаки и характеристики современной деловой женщины в текстах СМИ.

Ключевые слова: медиадискурс, концепт, фреймовый анализ, фреймовое моделирование, когнитивная модель, стереотип.

Введение. В современном мире средства массовой информации, прежде всего, Интернет, являются одним из основных институтов формирования общественного сознания. «Являясь источником информации о мире как в деловой, профессиональной сфере, так и в сфере досуга и культуры, СМИ постоянно воздействуют на сознание, мировосприятие, культуру современного человечества, направляет и формирует общественное мнение» [1]. Как отмечает М.Н. Володина, «СМИ создают определенную текстуально-идеологизированную «аудиоиконосферу», в которой живет современный человек и которая служит четкой концептуализации действительности. Именно сфера массовой коммуникации способствует тому, что общество выступает как «генератор социального гипноза», попадая под влияние которого мы становимся согласованно живущей ассоциацией, именно в СМИ наиболее отчетливо проявляется воздействующая функция языка» [2]. Особенность формирования образа современной деловой женщины в массовом сознании заключается в активном участии СМИ в его создании и распространении. Концепт «Деловая женщина» является одним из значимых лингвокультурных концептов, так как отражает представления носителей русской и европейской культуры о современной деловой женщине.

Материалы и методы. Для моделирования фреймовой структуры концепта «Деловая женщина» были использованы тексты информационных, аналитических и деловых изданий, опубликованные в периодических печатных или электронных изданиях на русском и немецком языках. В ходе исследования были использованы методы фреймового моделирования и контекстуального анализа.

Обсуждение. Термин «фрейм» первоначально был введен для упорядочения базы данных в теории искусственного интеллекта, и лишь позднее вошел в лингвистику. Фрейм обычно представляют как рамку (например, из пчелиного улья) или сеть с узлами (понятиями) и связями между ними. Фреймы рассматриваются как разновидности гештальтов – «комплексных, целостных функциональных структур, совмещающих чувственные и рациональные элементы, соотносимых, таким образом, со смешанным типом кодирования информации» [3]. Используя понятие фрейма, Ч. Филлмор определяет его как «когнитивную структуру, знание которой предполагается (ассоциировано с концептом) представленным тем или иным словом» [4]. Фрейм не обязательно жестко привязан к лексике, однако он содержит соответствующую лексическим единицам информацию, а также экстралингвистические сведения. «Человек, пытаясь познать новую для себя ситуацию или по-новому взглянуть на уже привычные вещи, выбирает из своей памяти некоторую структуру

данных (образ), названный нами фреймом, с таким расчетом, чтобы путем изменения в ней отдельных деталей сделать ее пригодной для понимания более широкого класса явлений или процессов. Фрейм является структурой данных для представления стереотипной ситуации» [5]. В структуре фрейма различается вершина (номинации, имена стереотипной ситуации), слоты и терминалы, наполненные вариативными компонентами. Иерархическая организация фрейма придает ему, как правило, пирамидальную форму, у которой терминалы размещены на нижнем уровне пирамиды. Согласно теории М. Минского, фреймы членятся на слоты, а терминалы маркируют качественное содержание составляющих элементов фрейма [5]. Рассматривая структуру фрейма, А.Г. Баранов определяет, что «фреймом является лингвокогнитивное понятие, которое реализуется определенными языковыми средствами. Структура фрейма образуется слотами, которые содержат определенный тип информации, характеризующий объект действительности. Слоты, в свою очередь, представляют собой пустые узлы, заполняемые лингвистически значимыми переменными (особые слоты) и лингвистически нерелевантные характеристики, которые могут быть важными в конкретной проблемной ситуации» [6].

Мы полагаем, что такие единицы, как фрейм, сценарий, скрипт и т.д. обладают более четкой структурой, по сравнению с концептом, и могут быть успешно использованы для моделирования концепта «Деловая женщина» в современном медиадискурсе. По мнению Никульшиной Т.Н. фрейм является наиболее удобной формой представления знаний, т.к. во-первых, «содержит основную и типичную информацию, во-вторых, во фреймах знания структурированы по определенным направлениям, позволяя упорядочить хаотичные и разрозненные единицы, ассоциируемые с данным концептом, в-третьих, различные уровни фрейма строятся на ассоциативных связях, что в целом отражает ассоциативный характер человеческого мышления [7]. Фрейм – это «единица знаний, организованная вокруг некоторого понятия, но, в отличие от ассоциаций, содержащая данные о существенном, типичном и возможном для этого понятия; структура данных для представления стереотипных ситуаций, особенно при организации больших объемов памяти [8]. Таким образом, фрейм представляет собой организующий элемент в восприятии и понимании окружающего мира и может пониматься как когнитивная структура данных для представления явлениях, объектах окружающего мира, стереотипной ситуации и стереотипного речевого поведения.

Современная деловая женщина медиадискурсе – это женщина, занимающееся собственным бизнесом, имеющее свое дело в целях получения прибыли или иной выгоды, находящаяся на ответственной должности, женщина-руководитель. Образ деловой женщины в текстах СМИ обладает определённым набором признаков, таких как, профессиональные, морально-психологические качества, интеллектуальные способности, внешность, одежда, возраст и др. Фреймовая структура концепта «Деловая женщина» объединяет 4 слота (ментальных узлов фреймовой структуры): 1. Профессия. 2. Психологические характеристики. 3. Личная жизнь. 4. Социальное и вещное окружение.

Графически фреймовая структура концепта «Деловая женщина» может быть представлена с помощью пирамиды, вершина которой – ядро – имя фрейма, ниже располагаются слоты (рис. 1).

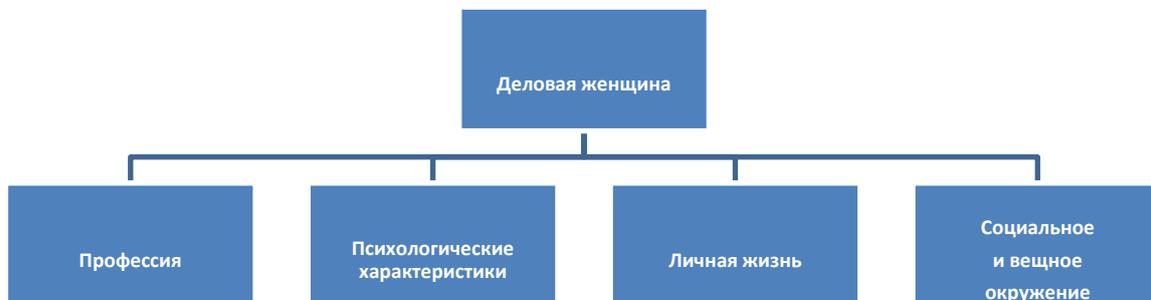


Рис. 1. Фреймовая структура концепта «Деловая женщина».

Слот 1. Профессия. По своей профессиональной деятельности деловые женщины – это: *менеджер, топ-менеджер, директор салона красоты, начальник юридического отдела, юристка, генеральный директор российского отделения Google, финансовый директор, арт-директор, главный редактор журнала; Bankkauffrau, Direktorin, Medienmanagerin, eine Top-Managerin, Unternehmerin* и др. Приведем примеры на русском и немецком языках:

1) По наблюдению Натальи Сторожевой, за период 2008–2014 гг. значительное количество женщин-руководителей, стремящихся занять должности коммерческих, исполнительных, генеральных директоров, не смогло получить достойных предложений, и, осознав, что собственники-мужчины не готовы предложить им руководящие посты, **деловые дамы нашли себя в предпринимательстве. По статистике, большинство кофеен, ресторанчиков, салонов красоты, магазинов одежды, обуви и парфюмерии, стоматологий и косметологических клиник, химчисток и других предприятий малого бизнеса принадлежит именно прекрасному полу** [9].

2) *Matilda Kahl arbeitet als Art Direktorin in New York für die Werbeagentur Saatchi & Saatchi* [10].

Слот 2. Психологические характеристики. Современных деловых женщин отличают хорошее образование, трудолюбие, упорство, компетентность, гибкость, высокие профессиональные качества. Приоритетным для деловой женщины является доминирование «дела» в жизни, т.е. доминирование карьеры. Например:

1) *Женщина – это совокупность изменений. Женщина способна приспособиться к изменениям, быть гибкой – меняться самой и изменять мир вокруг себя. Не бояться быть яркой и вносить с собой в мужской мир бизнеса все то, чем одарила нас природа, – красоту и строгость, женственность и целеустремленность, эмоциональность и холодную математическую логику* [11].

2) По законам бизнеса, у деловой успешной женщины постепенно развиваются такие мужские черты характера, как **напористость, агрессия, резкость, грубость, в основном те черты, которые наблюдаются у мужчин** [12].

3) *Flexibilität und absolute Disziplin sind meine Begleiter auf dem Weg* [13].

4) *Ich hatte Disziplin, Biss, einen hohen Anspruch an mich selbst, mit 17 Jahren das Abitur. Mit 21 als diplomierte FH-Betriebswirtin 'summa cum laude' ging's lückenlos ins Berufsleben - ich wurde Siemensianerin im Bereich Halbleiter und erhielt nach drei Jahren die erste Führungsaufgabe. Fast alle meine Mitarbeiter waren mindestens 10 Jahre älter und viel länger im Unternehmen* [14].

В результате контекстуального семантического анализа текстов современных СМИ на русском и немецком языках были выделены следующие релевантные характеристики: компетентность, интеллектуальные способности, лидерские качества, упорство, гибкость, сдержанность.

Слот 3. Личная жизнь. Тенденция современного общества сейчас такова, что женщина, желающая стать успешной, должна сначала сделать карьеру, заработать деньги, а потом уже создать семью.

1) **Понятия «деловая женщина» и «жена/мать» находятся в разных плоскостях.** Считаю, что для женщины главное – состояться. При этом спорно, что почетнее. В эпоху гламура, философией которого являются деньги и слава, мы теряем истинные ценности. Отсюда противоестественное противостояние: **семья или карьера – «или-или»** [15].

2) *Wer Kinder hat und Karriere machen möchte, zahlt einen hohen Preis – besonders als Frau* [16].

3) *Ganz anders wirkt sich Karriere bei Männern aus: 90 Prozent der Top-Manager sind verheiratet, 80 Prozent sind Väter. Bei ihnen erhöhen sich die Chancen auf einen Wunschpartner durch beruflichen Erfolg. Karriere macht Männer sexy, Frauen einsam* [17].

Таким образом, в личной жизни деловая женщина либо одинока, либо чаще всего имеет неполную семью.

Слот 4. Социальное и вещное окружение. В медиадискурсе предлагается образ деловой женщины с хорошим образованием, например:

1) *Екатерина – пионер декораторского бизнеса, преподаватель школы «Детали», обладатель звания «Декоратор года», которое в 2006 году она получила из рук принцессы Кентской. По первому образованию она филолог, специалист по французской литературе. В юности хотела поступать в Суриковский институт, но ее дипломатическая семья не поддержала этот порыв, и Катя окончила Лингвистический университет им. Мориса Тореза [18].*

2) *Die meisten hatten bessere Ausbildungen, mehr Auslandsaufenthalte und Zusatzausbildungen als ihre männlichen Kollegen. Diese Frauen haben oft promoviert und wirklich beeindruckende Karrieren hingelegt, mit großen Aufstiegschüben [19].*

В текстах современных СМИ, посвященных деловым женщинам, содержится информация о внешности, одежде и аксессуарах, которая представляется довольно значимой для формирования образа женщины-руководителя. Например:

1) *Но, если вы хотите достичь вершины и не свалиться с неё - деловой стиль одежды неизбежен. В мире бизнеса – внешняя привлекательность - это показатель профессионализма, надёжности и хорошего вкуса [20].*

2) *Есть определенные требования к внешности в бизнес-сфере. Из известных широкой общественности дам, на мой взгляд, этим канонам в целом соответствует внешность Валентины Матвиенко, у нее всегда очень собранный и опрятный вид. Ее имидж согласуется с ее статусом, ей успешно удается совместить строгий деловой стиль с элегантностью [21].*

3) *Frauen müssen ihre Weiblichkeit im Geschäftsleben nicht verleugnen, um Durchsetzungswillen und beruflichen Erfolg zu demonstrieren [22].*

Анализируемый концепт содержит информацию о деловом стиле одежды, деловой моде. Стильно одетые бизнес-леди могут добиться больших успехов в деле, в любви и личной жизни.

Заключение. В соответствии с моделированным фреймом современная деловая женщина – это личность женского пола, возраста примерно от 30 до 60 лет, имеющая достаточно хорошее образование, сделавшая успешную карьеру, занимающая довольно высокую должность в сфере бизнеса, обладающая развитыми профессиональными качествами, высокой работоспособностью и трудолюбием. В личной жизни она одинока или имеет неполную семью. Деловая женщина характеризуется достаточной степенью активности, доходящей до агрессивности, т.к. она «играет» на чужом поле – на мужской территории, умением и способностью нести ответственность за окружающих и за принятые решения, стрессоустойчивостью, поведенческой и когнитивной гибкостью, отсутствием рефлексии. В рамках проблематики нашего исследования выделим как перспективный лингвориторический подход [23–25], на основе которого выявлялся, в том числе, гендер-идеал, реализуемый в глянцево-журнальном дискурсе [26–28].

Примечания:

1. Ковалевская Е.В. Метафора и сравнение в публицистическом тексте // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. Кострома: КГУ. № 3. 2009. С. 80-86.

2. Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / Под ред. М.Н. Володиной. М.: Изд-во МГУ, 2003. С. 9-31. С. 23.

3. Стернин И.А. Концепты и лакуны / И.А. Стернин, Г.В. Быкова // Языковое сознание: формирование и функционирование. М., 2007. С. 55-67. С. 57.

4. Fillmore C.J. Toward a frame-based lexicon: The semantics of RISK and its neighbours / C.J. Fillmore & B.T. Atkins // Frames, fields and contrasts: New essays in semantics and lexical organization. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1992. p. 75-102. p. 75.

5. Минский М. Фреймы для представления знаний: пер. с англ. / под ред. Ф.М. Кулакова. М.: Энергия, 1979. 151 с. С. 7.

6. Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Очерк когнитивной теории метафоры // Русская политическая метафора. Материалы к словарю. М.: Институт русского языка АН СССР, 1991. С. 184-193. С. 186.

7. Никульшина Т.Н. Фреймовое моделирование концепта ирреальность (на материале английского и украинского языков) // Лингвоконцептология: перспективные направления: монография / авт. кол.: А.Э. Левицкий, С.И. Потапенко, О.П. Воробьева и др.; под. ред.

А.Э. Левицкого, С.И. Потапенко, И.В. Недайновой. Луганск: Изд-во ГУ «ЛНУ имени Тараса Шевченко», 2013. 624 с. С. 223.

8. Демьянков В.З. Фрейм // Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Под общей редакцией Е.С. Кубряковой. М.: Филологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996. С. 188.

9. <http://www.alfacapital.ru/news/media/10032015.html> (дата обращения 18.08. 2015).

10. <http://www.spiegel.de/karriere/berufsleben/matilda-kahl-jeden-tag-das-gleiche-outfit-im-buero-a-1031041.html> (дата обращения 21.09. 2015).

11. <http://www.forbes.ru/forbes-woman/zhenshchiny-v-biznese/288257-biznes-na-kolesakh-kak-zhenshchine-postroit-kareru-v-avtop> (дата обращения 30.08. 2015).

12. <http://www.garmoniazhizni.com/2013/08/12/kak-delovoy-zhenshchine-izbavitsya-ot-odinochestva/> (дата обращения 13.10. 2015).

13. <http://www.spiegel.de/karriere/berufsleben/aleksandra-solda-zaccaro-top-managerinnen-und-ihre-erfolgsgeschichten-a-1008585.html> (дата обращения 30.08. 2015).

14. www.spiegel.de/.../michaela-buerger-siemens-managerin-mit-erfolgsgeschichte-a-1011307.html (дата обращения 07.10. 2015).

15. <http://m.forbes.ru/article.php?id=49860> (дата обращения 02.09. 2015).

16. <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2014-09/vereinbarkeit-familie-beruf-luege-gastbeitrag> (дата обращения 16.09. 2015).

17. <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/karrierefrauen-schoen-erfolgreich-und-ohne-mann-1860118.html> (дата обращения 13.10. 2015).

18. <http://www.forbes.ru/forbes-woman/zhenshchiny-v-biznese/289113-nestandartnyi-remont-kak-prevratit-interer-v-iskusstvo> (дата обращения 27.09. 2015).

19. <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2015-06/managerinnen-karriere-alter-studie> (дата обращения 02.09. 2015).

20. http://karera59.ru/1_c.html (дата обращения 12.09. 2015).

21. <http://www.rg.ru/2011/09/23/zhenshchina.html> (дата обращения 02.09. 2015).

22. <http://www.manager-magazin.de/lifestyle/mode/modekritik-wirtschaftsfrauen-im-stil-check-a-1029080.html> (дата обращения 01.10. 2015).

23. Ворожбитова А.А. Сочинская лингвориторическая школа: программа и некоторые итоги // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2011. № 1. С. 77–83.

24. Ворожбитова А.А. Теория и практика лингвориторической парадигмы: Сочинская школа // Вестник Российского университета дружбы народов Серия, «Вопросы образования: языки и специальность». №4. 2012. С. 77–84.

25. Vorozhbitova A.A. Lingual rhetoric paradigm as integrative research prism in philological science // European researcher. 2010. № 2. С. 183–190.

26. Ворожбитова А.А. Лингвориторические основы изучения медийного дискурса и система принципов (на примере глянцевого гламурных журналов) // Филология и журналистика: центробежное притяжение: Сб. науч. тр. Краснодар: КубГУ, 2014. С. 288–294.

27. Ворожбитова, А.А., Скулкин, О.В. Глянцевый журнальный дискурс-ансамбль как актуальный дискурсивный процесс в лингвориторической парадигме: опыт натуралистической интерпретации // Сборник научных трудов SWorld. Материалы международной научно-практической конференции «Современные направления теоретических и прикладных исследований '2014». Выпуск 1. Т. 22. Одесса: Куприенко С.В., 2014. №114-763. С. 49-56.

28. Скулкин О.В. Теоретико-методологические основы изучения гендера в современном языкознании // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2010. №15. С. 126-134.

UDC 81

**Frame Modeling of 'Businesswoman' Concept in Media
(source: materials in German and Russian languages)**

Irina F. Badanyan

Rostov state university of economics, Russian Federation
Bolshaya Sadovaya Str., 69, Rostov-on-Don 344007
Post-graduate student
E-mail: irabadanyan@gmail.com

Abstract. The article deals with peculiarities of structural organizational concept of 'Businesswoman' in media from the frame modeling perspective. The cognitive model of this concept is presented as hierarchically organized frame structure, which identifies the contexts of frames, slots of this structure. Signs and characteristics of today's businesswoman in the media context is described.

Keywords: media discourse, concept, frame analysis, frame modeling, cognitive model, stereotype.