



УДК: 81'42:338.2:81'27:316.346.2-055.2
DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-1-121-128

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ФЕМИНИННЫХ ПРИНЦИПОВ БИЗНЕС-МЕНЕДЖМЕНТА (по материалам СМИ)

А.В. Кокова, Т.Ю. Тамерьян

Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова
ул. Ватутина, 44—46, Владикавказ, Россия, 362025

В статье на материале интервью с женщинами-предпринимателями в русскоязычной прессе Северного Кавказа выстраивается автообраз деловой женщины. В социолингвистическом и психолингвистическом ключе осуществляется автоконцептуализация бизнес-леди посредством анализа фемининных принципов менеджмента. На основе когнитивного анализа, семантического и концептуально подходов выявляются языковые средства реализации данного концепта в его фемининной специфике устанавливаются, когнитивные признаки, этнические и гендерно маркированные ценностные характеристики концепта *деловая женщина* в русскоязычной картине мира женщин-предпринимателей на Северном Кавказе.

Ключевые слова: лингвокультурный типаж «деловая женщина»; регион Северного Кавказа; дискурс СМИ; вербальная репрезентация; когнитивный признак; автообраз

ВВЕДЕНИЕ

Междисциплинарность лингвистических исследований, интенсивно разрабатывающихся в рамках антропоцентрического направления, фокусируется на комплексном описании социальных, психологических, культурных и дискурсивных факторов, определяющих специфику менталитета определенного социума. В центре внимания последних лет находится гендерный ракурс изысканий, маркирующий новую реальность для переосмысления лингвокультуры и выявления этноспецифических направлений концептуализации фемининности в русской языковой картине мира, что и обуславливает актуальность исследования.

В настоящее время пол рассматривается как динамичный изменчивый продукт развития человеческого общества, поддающийся социальному манипулированию и моделированию. Гендерные отношения, присутствуя в языке и культуре в виде социальных стереотипов, формируют коммуникативное поведение в обществе [1].

Предпринимательская деятельность в общественном сознании вкупе с научно-техническими разработками является главной составляющей цивилизационного развития во всех сферах материальной и культурной деятельности. Когнитивно-ориентированное исследование обуславливается особой культурной значимостью концепта *бизнес-леди* как ключевого концепта культуры [2; 3].

Осмысление данного фрагмента русской языковой картины мира стало осуществляться только в последние годы в описания деловой концептосферы [4—8].

На Втором Евразийском женском форуме-2018 глава российского государства Владимир Путин отметил, что в западных странах взят курс на размывание разницы между полами и уничтожение моделей поведения: женщин убедили в том, что семья и материнство ограничивают их в личностном росте и самореализации, а сами женщины подвергаются систематической дискриминации. Президент заявил о необходимости отмены карьерных ограничений для женщин, обеспечении гендерного равенства при сохранении ценностей семьи и материнства [9].

Приводимое ниже высказывание образно и емко характеризует динамику продвижения женщин-предпринимателей в сферу бизнеса: современные «Гюльчатай, которые могут не только главенствовать на кухне и хранить домашний очаг, но и смело „открывают личико“, генерируют новые идеи, воплощают их в жизнь, запускают успешные стартапы, работают сами и обеспечивают рабочими местами других». Они не превращаются в «железную леди», а остаются просто Леди с большой буквы [10].

КОГНИТИВНАЯ МОДЕЛЬ АВТООБРАЗА БИЗНЕС-ЛЕДИ

Образ женщины-предпринимателя связан преимущественно с малым и средним бизнесом, хотя в современном деловом мире женщины завоевывают высшие эшелоны бизнеса, традиционно относящиеся к мужским видам деятельности.

Имена заимствованного концепта *деловая женщина*, менее частотная номинация *женщина-предприниматель* и/или *бизнес-леди* в преобладающем большинстве проанализированных медиатекстов употребляются синонимично, хотя, безусловно, передают статусные отличия и несут разную стилистическую нагрузку. Однако отмеченные различия не являются релевантными в рамках данной статьи, посвященной описанию смыслового наполнения и языковой экспликации лингвокультурного концепта бизнес-леди в национальной концептосфере [11].

Для моделирования структуры и содержания автообраза *бизнес-леди* мы принимаем фреймовый анализ фрагмента концепта, материалом для которого послужили интервью женщин-предпринимателей в современных СМИ [12—25].

Следует особо отметить тот факт, что укоренение в традиционной ментальности жителей Северного Кавказа рассматриваемого концепта осуществляется с учетом агъдау — неписанного закона коммуникации, в котором женщине предписывается быть, в первую очередь, хранительницей семейного очага.

На основе обработки результатов текстовых фрагментов интервью с деловыми женщинами в средствах массовой коммуникации нами было выделено два базовых блока когнитивных признаков — «Женщина-предприниматель в деловой сфере» и «Женщина-предприниматель в сфере семейных отношений».

Фрейм «Женщина-предприниматель в деловой сфере» составленный когнитивными признаками и их репрезентациями, приводимыми ниже, находится в центре нашего исследовательского внимания:

черты характера, необходимые для ведения бизнеса (148): целеустремленная (24); сильная личность (22); самоуверенная (22); трудолюбие (20); ответст-

венность (16); требовательность к себе (11); хладнокровие (9), самоотверженная (8); терпеливая (5); умение жертвовать (5); слишком сильная (4); скромная (2);

принцип ведения бизнеса (144): идти уверенно к своей цели (28); продолжать упорно работать (25); относиться к бизнесу, как к собственному ребенку (21); не привыкла делиться со своими проблемами и сложностями; жила по принципу — есть проблема/задача, необходимо ее решение (18); уметь крутиться (18); главное иметь мотивацию (16); никогда нельзя сдаваться (6); не откладывая на завтра то, что можно сделать сегодня (4); найти свою нишу (4); уделять внимание каждой мелочи (2); кредиты категорически не беру (1); всегда выполнять свои обещания (1);

бизнес-менеджмент (100): надо конкретно действовать в одном направлении (24); женщины более гибкие (24); женщины более человечны (18); идут на компромиссы (14); женщине сложнее заработать себе авторитет и имя, чем мужчине (6);

условия введения бизнеса (80): каждый день я делаю то, что я люблю и получаю за это деньги (22); ставить перед собой высокую планку (20); трезвый расчет (18); искать новые пути развития своего бизнеса (14); иметь правильную мотивацию (6);

стратегии ведения бизнеса (74): не бояться трудностей (22); не принимать необдуманных действий (22); не совершать никаких действий под влиянием эмоций (16); просчитывать каждый шаг (10); найду выход из любой ситуации (4);

страх ведения бизнеса (66): если что-то не получится, будем жить в нищете (20); страх, что у меня не получится семья, которую я задумала (14); скованность общепринятыми постулатами (10); страх — самый большой мотиватор (12); страхов не было (10);

этапы создания бизнеса (60): начала с нуля (22); поддержки никогда не было (16); денег было ноль (14); переживает «переходные стадии» (8);

бизнес коммуникация (58): ничто другое не играет такой важной роли в моей жизни, как работа с людьми (16); женщины запускают себя (16); воспринимаю своих сотрудников, как одну большую семью (14); женщина-управленец пытается создать внутри своего коллектива семью (8); надо уметь коммуницировать (2); работа с людьми (2);

условия развития бизнеса (54): не останавливаться на достигнутом (22); быть готовой к определенным лишениям (16); нехватка времени (12); были моменты, когда ни поесть, ни поспать времени не было (4);

физическое состояние (50): правильно питаться (22); заниматься спортом (20); обязательно расслабляться (8);

планирование бизнеса (38): получать прибыль (22); работать на себя (22); правильно ставить цели и маленькие, и большие (14);

бизнес-коммуникация (32): старается лидировать (13); активная (10); тактичная (3); быть дипломатом (3); самоорганизация (2); самодисциплина (1);

психоэмоциональное состояние женщины в бизнесе (28): сплошные эмоции (12); адекватная (8); сложно подавить в себе природную мягкость и стать жесткой (6); страх и желание — это две сопряженные вещи (2);

моральные качества деловой женщины (28): ответственность (16); честность (12);

образование (26): высшее (24); всегда учиться чему-то новому (2);

жизненные приоритеты (16): она реализуется в семье или в детях, или в бизнесе (10); бизнес-леди хочет иметь полноценную жизнь, ощущать свою полноценность (2); начала бизнес в декрете (2); навыки тайм-менеджмента помогают справляться с детьми (2);

межгендерные отношения в бизнесе (14): женщина всегда должна доказывать, что она лучше мужчины в чем-то разбирается (10); нет гендерных предпочтений к сотрудникам (3); с мужчинами работать легче (1);

причины занятия бизнесом (12): бизнес — средство заработка, а не цель самореализации (10); живу ради своей большой идеи, цели (2);

режим дня деловой женщины (12): спала по три часа в сутки (6); работала в режиме нон-стоп (6);

фемининная философия благотворительности (11): помогай, спасай других (5); одно доброе дело в день (4); если помогать другим, то добьешься куда больше (1); получать удовольствие от того, что можешь помочь другим (1).

Как демонстрируют приведенные данные, ядро фреймовой структуры концепта «деловая женщина» составляют когнитивные признаки: *черты характера, необходимые для ведения бизнеса* (148), *принцип ведения бизнеса* (144), *бизнес-менеджмент* (100), *условия введения бизнеса* (80) и *стратегии ведения бизнеса* (74).

Наиболее частотный признак — *черты характера, необходимые для ведения бизнеса* — свидетельствует о том, что женщинам необходимо развивать маскулинные особенности личности для занятия бизнесом.

Женские *принципы ведения бизнеса* и *бизнес-менеджмент* сочетают элементы деловой этики, скрупулезность и детализацию как особенности женской психики и необходимость выполнять семейные обязанности.

Когнитивные признаки *условия введения бизнеса* и *стратегии ведения бизнеса* свидетельствуют о полной адаптации женщин в области предпринимательства — их языковая экспликация гендерно нейтральна, единственным фемининным маркером служит гибкость, умение найти выход из любой ситуации.

Периферийные признаки проявляют гендерную специфику построения деловых отношений — воспринимать сотрудников как членов своей семьи. Кроме того, с одной стороны, бизнес-леди отмечают, что гендерное равенство в бизнесе еще сложилось, с другой — что деловые контакты с представительницами женского пола вызывают определенные сложности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение резюмируем, что проведенное исследование когнитивных признаков фрейма концепта «*бизнес-леди*», по данным интервью с женщинами Северного Кавказа, развивающими сектор бизнеса, выявило смешанный, фемининно-маскулинный тип данного ментального образования, сформировавшегося в пост-

советский период. Современная деловая женщина позиционирует себя как предпринимателя, обладающего не только универсальным набором признаков делового человека, социально и исторически ассоциирующегося с мужчиной, но обладающего традиционными фемининными чертами, влияющими на формирование нового, женского лица, в бизнес-сфере.

© Кокова А.В., Тамерьян Т.Ю.
Дата поступления: 18.08.2018
Дата приема в печать: 20.11.2018

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Качмазова А.У., Тамерьян Т.Ю. Этническое пространство языковой стереотипизации «свой—чужие—свой». Владикавказ: СОГУ, 2017.
2. Кокова А.В., Тамерьян Т.Ю. Концепт «бизнес-леди» в русской лингвокультуре // Вестник ПГЛУ, 2016. no 2. С. 30—33.
3. Кокова А.В., Тамерьян Т.Ю. Лингвокультурный типаж «хъуыддаджи лæуд сылгоймаг („деловая женщина“») в фемининной сфере осетинского языкового сознания // Научная мысль Кавказа ЮФУ, 2016. no 4. С. 134—138.
4. Бадалян И.Ф. Концепт «деловая женщина» и его языковая экспликация в современном медивдискурсе (на материале русского и немецкого языков): дисс. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2016.
5. Долгова Е.В. Речевой жанр «Портрет делового человека» в дискурсе СМИ: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Москва, 2010.
6. Иванова М.М. Языковая объективация концепта «предприниматель» в русском языке: автореферат дисс. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2008.
7. Илюхина М.С. Лингвокультурный типаж «Английский бизнесмен»: эндо- и экзостереотипы: автореферат дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2013.
8. Прошина Е.С. Языковые средства формирования образа женщины-политика в англоязычной прессе: дисс. ... канд. филол. наук. 2014.
9. Вести. Режим доступа: <https://www.vestifinance.ru/articles/107225> (дата обращения: 20.09.18).
10. Expert Online. Женское лицо малого бизнеса. Режим доступа: <http://expert.ru/2013/10/30/zhenskoe-litsa-malogo-biznesa/> (дата обращения: 18.09.18).
11. Карасик В.И. Языковая кристаллизация смысла. Волгоград: Парадигма, 2010.
12. Профессионалы ru. Режим доступа: <http://greatlady.net/intervyu-s-uspeshnoj-sovremennoj-biznes-ledi-marina-fomenko/> (дата обращения: 26.10.18).
13. Журнал «Результат»: Архив № 4. Режим доступа: <http://www.rezultat.vl.ru/archive/04-2004/061> (дата обращения: 26.10.18).
14. Elle. Бизнес и политика. Режим доступа: <https://www.elle.ru/celebrities/interview/eksklyuzivnoe-intervyu-elle-biznesvumen-alena-demina/> (дата обращения: 26.10.18).
15. Livejournal. Режим доступа: <https://nune-av.livejournal.com/538751.html> (дата обращения: 26.10.18).
16. Блоги мам. <http://www.blogimam.com/2011/11/intervyu-s-biznes-mamami-v-sebe-ya-uverena-na-sto-procentov-ya-znayu-chto-vsegda-najdu-vyход-iz-lyuboj-situacii/> (дата обращения: 26.10.18).
17. Ronum.ru. Режим доступа: <http://ronum.ru/interviews/91/1781/>; (дата обращения: 26.10.18).
18. Женщина и бизнес. Режим доступа: <http://mirznanii.com/a/160707/zhenshchina-i-biznes> (дата обращения: 26.10.18).
19. Live Internet. Российский Центр Онлайн Дневников. Режим доступа: <https://www.liveinternet.ru/users/madera14/post400059864/> (дата обращения: 26.10.18).

20. Businessman.ru. Режим доступа: <https://businessman.ru/istorii-uspeshnyih-jenschin-rossii.html>; lfnf j,hfotybz (дата обращения: 27.10.18).
21. Мир знаний. Женщина и бизнес. Режим доступа: <http://mirznanii.com/a/160707/zhenshchina-i-biznes> (дата обращения: 26.10.2018).
22. Кавказ сегодня. Режим доступа: <http://kavtoday.ru/27158> (дата обращения: 31.01.17).
23. Северная Осетия. Режим доступа: <http://sevosetia.ru/> (дата обращения: 31.01.17).
24. На Северном Кавказе бизнес-леди в кризис не опустили руки и продолжают развивать свое дело // Российская газета. Режим доступа: <https://rg.ru/2015/03/31/reg-skfo/ledi.html> (дата обращения: 31.10.17).
25. Бизнес Леди life. Режим доступа: <https://businesslady-life.ru> (дата обращения: 31.10.17).

УДК: 81'42:338.2:81'27:316.346.2-055.2

DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-1-121-128

THE REPRESENTATION OF THE FEMININE PRINCIPLES IN BUSINESS MANAGEMENT (According to the Media)

Alla V. Kokova, Tatiana Yu. Tameryan

North-Ossetian State University named after K.L. Khetagurov
Vatutin str., 44—46, Vladikavkaz, Russia, 362025

Abstract. In the article, on the material of interviews with women entrepreneurs in the Russian-language press of the North Caucasus, the selfimage of a business woman is built. In sociolinguistic and psycholinguistic perspectives, the self conceptualization of a business woman is carried out through the analysis of feminine principles of management. Based on cognitive, semantic and conceptual approaches cognitive features, ethnic and gender marked values characteristics of the concept and language means of its representation in the female ntrepreneurs Russian-speaking picture of the world in the North Caucasus are established.

Key words: culture type “business woman”; the North Caucasus region; media discourse; verbal representation; cognitive feature; selfimage

REFERENCES

1. Kachmazova A.U. & Tameryan, T.Y. (2017). Ethnic space of language stereotyping “friend-foe-friend”. Vladikavkaz: North Ossetian State University.
2. Kokov, A.V. & Tameryan, T. Y. (2016). Concept of “businesswoman” In Russian linguistic culture. *Vestnik PGLU*, 2, 30—33.
3. Kokova, A.V. & Tameryan, T.Y. (2016). Linguo-cultural type “business woman” in the Ossetic language consciousness. *Scientific thought of Caucasus*, 4, 134—138.
4. Badalian, I.F. (2016). Concept of “business woman” and its language explication in modern mediadiscourse (in the Russian and German languages) [dissertation]. Rostov-on-Don.
5. Dolgova, E.V. (2010). Speech genre “Portrait of a business man” in the media discourse [abstract of dissertation]. Moscow.
6. Ivanova, M.M. (2008). Language objectification of the concept “entrepreneur” In Russian [abstract of dissertation]. Voronezh.

7. Ilyukhin, M.S. (2013). Linguo-cultural type “English businessman”: endo-and esotericity [abstract of dissertation]. Volgograd.
8. Pronina, E.S. (2014). Language means of forming the image of women-politics in the English press [abstract of dissertation].
9. News 20.09.2018. URL: <https://www.vestifinance.ru/articles/107225> (accessed: 20.09.18).
10. Expert Online. The female face of small business. URL: <http://expert.ru/2013/10/30/zhenskoe-litso-malogo-biznesa/> (accessed: 26.10.18).
11. Karasik, V.I. (2010). Language crystallization of sense. Volgograd: Paradigm.
12. Professionals. EN. URL: <http://greatlady.net/intervyu-s-uspeshnoj-sovremennoj-biznes-ledi-marina-fomenko/> (accessed: 26.10.18).
13. Journal “Result”: Archive №4. URL: <http://www.rezultat.vl.ru/archive/04-2004/061> (accessed: 26.10.18).
14. Elle. Business and politics. URL: <https://www.elle.ru/celebrities/interview/eksklyuzivnoe-intervyu-elle-biznesvumen-alena-demina/> (accessed: 26.10.18).
15. Livejournal. URL: <https://nune-av.livejournal.com/538751.html> (accessed: 26.10.18).
16. Blogs mothers. URL: <http://www.blogimam.com/2011/11/intervyu-s-biznes-mamami-v-sebe-ya-uverena-na-sto-procentov-ya-znayu-что-vsegda-najdu-vychod-iz-lyuboj-situacii/> (accessed: 26.10.18).
17. Ronum.ru. URL: <http://ronum.ru/interviews/91/1781/> (accessed: 26.10.18).
18. Woman and business. <http://mirznanii.com/a/160707/zhenshchina-i-biznes> (accessed: 26.10.18).
19. Live Internet. Russian Center Online Diaries. URL: <https://www.liveinternet.ru/users/madera14/post400059864/> (accessed: 26.10.18).
20. Businessman.ru. <https://businessman.ru/istorii-uspeshnyih-zhenshin-rossii.html> (accessed: 27.10.18).
21. World of knowledge. Woman and business. URL: <http://mirznanii.com/a/160707/zhenshchina-i-biznes> (accessed: 26.10.18).
22. The Caucasus today. <http://kavtoday.ru/27158> (accessed: 31.10.17).
23. North Ossetia. URL: <http://sevosetia.ru/> (accessed: 31.10.17).
24. In the North Caucasus business lady did not give up in the crisis and continue to develop their business. *Russian newspaper*. URL: <https://rg.ru/2015/03/31/reg-skfo/ledi.html> (accessed: 31.10.17).
25. Business Lady life. URL: <https://businesslady-life.ru> (accessed: 31.10.17).

Для цитирования:

Кокова А.В., Тамерьян Т.Ю. Репрезентация фемининных принципов бизнес-менеджмента (по материалам СМИ) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. Т. 10. no 1. С. 121—128. doi: 10.22363/2313-2299-2019-10-1-121-128.

For citation:

Kokova, A.V. & Tamerian, T.Yu. (2019). The representation of the feminine principles in business management (according to the media). *RUDN Journal of Linguistic Studies, Semiotics and Semantics*. 10(1), 121—128. doi: 10.22363/2313-2299-2019-10-1-121-128.

Сведения об авторах:

Тамерьян Татьяна Юльевна, доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков для неязыковых специальностей Северо-Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова; научные интересы: когнитивная лингвистика, лингвокультурология, психолингвистика, дискурсология; e-mail: tamertu@mail.ru.

Кокова Алла Владимировна, аспирант кафедры иностранных языков для неязыковых специальностей Северо-Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова; *научные интересы*: психолингвистика, линвокультурология, гендерная лингвистика; *e-mail*: kokowa.alla@yandex.

Information about the authors:

Tatyana Yu. Tameryan, Doctor of Philology, Professor of the Department of Foreign Languages for Non-Language Specialties of the North Ossetian State University. K.L. Khetagurov; *research interests*: cognitive linguistics, cultural linguistics, psycholinguistics, discourse studies; *e-mail*: tamertu@mail.ru

Alla V. Klakova, graduate student of the Department of Foreign Languages for Non-Language Specialties of the North Ossetian State University. K.L. Khetagurov; *research interests*: psycholinguistics, cultural linguistics, gender linguistics; *e-mail*: kokowa.alla@yandex