

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.1.15>

Щитова Наталья Георгиевна

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ДЕЛОВОЙ ЖЕНЩИНЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА Л. ВАЙСБЕРГЕР "THE DEVIL WEARS PRADA")

Статья посвящена актуальной проблеме исследования образа деловой женщины. Цель работы - выявление системы языковых средств, при помощи которых осуществляется репрезентация образа деловой женщины в романе Л. Вайсбергер "Дьявол носит Prada". Новизна исследования заключается в предпринятой попытке комплексного анализа и систематизации языковых средств, используемых для реализации образа деловой женщины в производственном романе. Автор обращается к словарным дефинициям. Полученные результаты показали, что актуализация составляющих образа деловой женщины в англоязычном художественном дискурсе реализована при помощи лексико-стилистических и синтаксических средств, авторских неологизмов, оригинальных номинаций, а также терминов и специфической лексики глянцевого издания. Образно-оценочные характеристики выражены как эксплицитно, так и имплицитно. Раскрыта специфика функционирования выявленных единиц, распределенных по тематическим группам.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2019/1/15.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 1. С. 68-73. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2019/1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

13. **Khramchenko D. S.** Confrontation in Modern American Political Discourse: Linguistic Aspects & Teaching Practice // Proceedings of ICERI2017 Conference. Valencia: IATED, 2017. P. 2917-2920.
14. **Pollak J. B.** Obama Complains about the '19th Century' – Again [Электронный ресурс] // Breitbart News. URL: <https://www.breitbart.com/big-government/2017/10/20/obama-complains-19th-century/> (дата обращения: 27.08.2018).
15. **Thomsen J.** Obama appears to rebuke Trump in Mandela lecture [Электронный ресурс] // The Hill. URL: <http://thehill.com/homenews/news/397410-obama-those-in-power-are-trying-to-undermine-every-institution-or-norm-that> (дата обращения: 27.08.2018).
16. **Transcript of the First Debate** [Электронный ресурс] // The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/elections/2008/president/debates/transcripts/first-presidential-debate.html> (дата обращения: 27.08.2018).
17. **Trump D. J.** Terrible! Just found out that Obama had... [Электронный ресурс] // Twitter. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/837989835818287106> (дата обращения: 27.08.2018).

LANGUAGE TECHNIQUES OF COMMUNICATIVE ACCUSATION TACTICS REALISATION IN THE AMERICAN POLITICAL DISCOURSE

Khlopotunov Yaroslav Yur'evich
Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University
yktula17@gmail.com

The article deals with the language accusation tactics in the American political discourse. The author understands accusation as one of the speech methods of the communicative strategy “dealing for a fall” realisation, the purpose of which is to discredit the opponent. Negative metaphors, epithets and nominations, as well as pejoratives, dysphemisms, deictic constructions and rhetorical appeals, are singled out as linguistic accusation techniques. The author comes to the conclusion that the choice of one or another speech technique, in general, depends on the goals set by the communicant, as well as his/her moral and ethical attitudes.

Key words and phrases: accusation; pragmatics; functional linguistics; rhetoric; confrontational communicative strategies; discredit; speech tactics; political discourse.

УДК 81

Дата поступления рукописи: 23.08.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.1.15>

Статья посвящена актуальной проблеме исследования образа деловой женщины. Цель работы – выявление системы языковых средств, при помощи которых осуществляется репрезентация образа деловой женщины в романе Л. Вайсбергер «Дьявол носит Prada». Новизна исследования заключается в предпринятой попытке комплексного анализа и систематизации языковых средств, используемых для реализации образа деловой женщины в производственном романе. Автор обращается к словарным дефинициям. Полученные результаты показали, что актуализация составляющих образа деловой женщины в англоязычном художественном дискурсе реализована при помощи лексико-стилистических и синтаксических средств, авторских неологизмов, оригинальных номинаций, а также терминов и специфической лексики глянцевого издания. Образно-оценочные характеристики выражены как эксплицитно, так и имплицитно. Раскрыта специфика функционирования выявленных единиц, распределенных по тематическим группам.

Ключевые слова и фразы: языковые средства; лексико-стилистические средства; терминологическая лексика; тропы; деловая женщина; роман.

Щитова Наталья Георгиевна, к. филол. н., доцент
Таганрогский институт имени А. П. Чехова (филиал)
Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)
natali2670@mail.ru

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ДЕЛОВОЙ ЖЕНЩИНЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА Л. ВАЙСБЕРГЕР “THE DEVIL WEARS PRADA”)

Литературные критики, филологи, специалисты в области лингвистики, представители разных школ и течений неоднократно предпринимали попытки изучения романа, его структуры, разновидностей [2; 4; 7; 9; 10] и др. Исследователи относят роман “The Devil Wears Prada” L. Weisberger [12] («Дьявол носит Prada» Л. Вайсбергер) к следующим категориям: «женский роман», “fashion-lit”, «гламурный роман», «современная проза», «современный авторский роман». На наш взгляд, это произведение вполне можно назвать производственным романом, обладающим своей спецификой, связанной с издательским делом, одним из ключевых персонажей которого является деловая женщина, главный редактор известного, имеющего колоссальную популярность, фэшн-журнала “Runway” («Подиум») Миранда Пристли.

Настоящее исследование посвящено лингвистическим аспектам интерпретации образа деловой женщины (литературного персонажа), которым, на наш взгляд, уделялось недостаточно внимания, так как исследование

образа персонажа было прерогативой литературоведения. В настоящее время специфика понятия «образ» является одним из активно развивающихся направлений лингвистики. Актуальность исследования обусловлена, с одной стороны, необходимостью более детально изучить языковые средства, используемые для формирования образа современной женщины в художественном дискурсе, с другой стороны, анализ средств создания образа деловой женщины делает исследование актуальным как для лингвистики, учитывая неослабевающий интерес специалистов к языку художественной литературы, так и для других гуманитарных наук, изучающих человека как представителя делового сообщества, в котором роль женщины-руководителя, женщины-управленца, бизнес-леди неизменно растет. Научная новизна заключается в том, что в отличие от существующих работ, выполненных главным образом на материале качественной прессы и печатного глянца, медиадискурса, настоящее исследование посвящено комплексному изучению языковых средств, используемых для репрезентации образа именно деловой женщины в англоязычном художественном дискурсе, на материале современного романа, который можно отнести к производственному, ранее не исследованному с этой позиции, и может послужить дополнением к уже имеющимся исследованиям женских образов, в том числе в рекламных текстах, рассчитанных на восприятие женской аудиторией, так как по своим лексико-стилистическим характеристикам они близки к описанию персонажа романа Л. Вайсбергер.

Цель данной работы – на материале произведения Л. Вайсбергер выявить систему языковых средств, используемых автором для формирования образа деловой женщины и описания сферы ее деятельности, определить особенности употребления этих средств в тексте производственного романа. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: проанализировать и распределить по тематическим группам языковые средства создания образа деловой женщины; определить функции этих средств в тексте исследуемого произведения.

В качестве методов исследования используются метод сплошной выборки, элементы словообразовательного анализа, описательно-аналитический метод, включающий наблюдение языковых явлений, их лексический анализ и интерпретацию полученных результатов. Практическая значимость работы заключается в возможности использования ее результатов в лекционных и учебных курсах по лексикологии, стилистике английского языка.

Прежде чем перейти к анализу исследуемой лексики, приведем несколько определений «производственного романа», жанровая специфика которого реализуется в двух аспектах. Исследователи рассматривают «производственный роман» с сюжетно-композиционной точки зрения как литературное произведение, в центре повествования которого находится профессионал, решающий стоящие перед ним производственные задачи [5], «человек рассматривается прежде всего в свете его рабочих функций» [8, с. 30]. В фокусе внимания исследуемого нами романа находится бизнес-леди, профессионал своего дела, занимающаяся решением ряда производственных задач, связанных непосредственно с редакторской подготовкой и изданием номеров модного журнала. С лингвистической точки зрения для производственного романа «характерен органичный синтез терминологической лексики, узкопрофессиональных понятий (в зависимости от описываемой сферы деятельности) и художественного текста, а также использование всего спектра средств языковой выразительности» [10, с. 285]. Рассматривая данное произведение с этой позиции, считаем необходимым уделить внимание как профессиональной лексике, использованной автором для описания рода занятий персонажа, так и средствам, при помощи которых раскрываются и дополняются сведения о персонаже, его характерных чертах и особенностях, положительных и отрицательных качествах. Согласимся с мнением Е. С. Даниловой, которая считает, что «работы Л. Вайсбергер представляют широкое поле для анализа семантических, стилистических особенностей и комбинаторной сочетаемости» [6, с. 114]. Также мы разделяем точку зрения Н. Л. Московской и М. А. Мацаевой о том, что «терминологическая лексика является основой формирования жанровой специфики “производственного романа”, тем отличительным свойством, которое выделяет его среди других жанровых разновидностей романа» [10, с. 288].

В своем произведении Л. Вайсбергер детально описывает и объясняет особенности издательского дела, процесс, в который вовлечены все сотрудники офиса Миранды Пристли. Методом сплошной выборки из романа “The Devil Wears Prada” были выделены лексические единицы, словосочетания, которые связаны с профессиональной деятельностью персонажа исследуемого произведения. Они были распределены по тематическим группам: профессии и должности руководителей и сотрудников; их функции и обязанности; отделы и оборудование; продукт производства (глянцевый журнал) и др.

Анализ отобранного корпуса единиц показал, что автор романа, имея опыт работы в индустрии моды, в издательских домах, наряду с **общеупотребительными словами и словосочетаниями** (*the inner workings of the magazine world* [12, p. 16] – *внутренние дела журнального мира* (здесь и далее перевод автора статьи. – Н. Ш.)), использует **специфическую лексику «глянца»** (*glossy ads* [Ibidem, p. 15] – *броская реклама*), **языковые средства выразительности** для описания «редакционно-издательских будней»: **сравнения**: *the process was as efficient as a military operation* [Ibidem, p. 44] – *процесс был также эффективен, как и военная операция*; **эпитеты**: *a cool job* [Ibidem, p. 77] – *крутая работа*; **метафоры**: *THE DOLLHOUSE* [Ibidem, p. 56] – *кукольный домик*; **идиоматические выражения**: *to work your way up the ladder* [Ibidem, p. 18] – *карабкаться по служебной лестнице*; **гиперболы**: *million girls would die for this job* [Ibidem, p. 16] – *миллионы девушек готовы пожертвовать всем ради этой работы*. Привлекательность работы в издательстве (неоднократно упоминаемая в тексте романа), месте, о котором мечтают многие представительницы женского пола, обусловлена престижностью выпускаемого «глянцевого» журнала, а также возможностью общения и сотрудничества с представителями фэшн-индустрии, профессионалами

мира моды. Данная характеристика издания передана при помощи прилагательных в превосходной степени сравнения, образованных, в зависимости от исходной формы прилагательного, с помощью суффиксов *-est* или путем прибавления слова *most*, выделяющих наивысшую степень качества объекта или явления: *the most profitable magazine at the biggest magazine publishing company in the entire world* [Ibidem, p. 77] – *самый прибыльный журнал в крупнейшей издательской компании во всем мире*; *the most prestigious fashion magazine on earth* [Ibidem, p. 78] – *самый престижный журнал мод на свете*.

Также нами были отмечены **авторские неологизмы**, образованные морфологическим способом (аффиксация, словосложение, сокращение): *a Runway-er* [Ibidem, p. 40] – *сотрудник «Подiums»*; *anorexic fashionistas* [Ibidem, p. 74] – *анорексичные модницы*; *top-tier people* [Ibidem, p. 51] – *высшая каста*; *midlevel people* [Ibidem] – *среднячки* и др. Лексические единицы *tier* и *level* со значением «ярус», «уровень», «класс», выступающие в качестве компонента сложного слова, служат для актуализации степени градации при описании деловых партнеров, окружения Миранды Пристли. Во втором случае также прослеживается тенденция к языковой экономии: использована усеченная форма, образованная от качественного абсолютного прилагательного *middle*. Неологизмы, окказионализмы, оригинальные номинации, характерные для стиля современных СМИ, рекламы, присутствующие в исследуемом нами тексте, «оживляют» персонажей романа, придают выразительность художественной речи, поддерживают интерес читателей.

Образ деловой женщины в современном художественном дискурсе актуализируется с помощью определенных языковых средств (морфологические, стилистические, лексико-фразеологические, синтаксические и др.), характеризующих следующие признаки и качества: пол (женский), возраст (средний, солидный), семейный статус (замужем / не замужем / разведена / вдова), дети (наличие / бездетность), внешний вид (макияж / одежда / аксессуары), профессиональные качества бизнес-леди (компетентность / эффективное использование знаний и навыков своих сотрудников в зависимости от сложившихся обстоятельств или ситуации / способность к инновациям в производственном процессе), незаурядные интеллектуальные способности, личностные характеристики и морально-психологические качества (твердая воля / контроль над эмоциями / рациональный подход и др.), – как эксплицитно, так и имплицитно выраженные в художественном тексте, наделенные той или иной авторской оценкой.

Анализ исследуемого материала на следующем этапе позволил сделать вывод о том, что приоритетным для деловой женщины является профессиональная деятельность (карьера, продвижение по служебной лестнице). Далее отметим личностные характеристики и морально-психологические качества, необходимые настоящему профессионалу своего дела. Не менее значимы для представителя сферы модной индустрии внешний вид (прическа, одежда, аксессуары), а также полученное образование, семья, досуг.

Нами были выделены **стилистические средства и общеупотребительная лексика**, используемые автором романа “The Devil Wears Prada” для характеристики персонажа как руководителя, добившегося успеха в издательском деле: *to be the number one spot at* [Ibidem, p. 39] – *возглавлять, руководить*. Пример с числительным *one* в словосочетании *number one* со значением *главный, первый, самый важный*, а также использование идиоматического выражения *rise through the ranks* в предложении: “*She rose quickly, ruthlessly, through the ranks of the magazine world*” [Ibidem]. / *Она быстро и решительно продвигалась по карьерной лестнице в глянцево-журнальном мире* иллюстрируют верх возможного карьерного роста персонажа, а лексема (наречие) *quickly* обозначает скорость, быстроту осуществляемого продвижения. Интерес также представляет лексема *ruthlessly*. В толковом словаре “Oxford Advanced Learner’s Dictionary” дана следующая информация о наречии *ruthlessly*, образованном от прилагательного *ruthless* (disapproving) (of people or their behaviour) *hard and cruel; determined to get what you want and not caring if you hurt other people* [11, p. 1346]. Ни перед чем не останавливаясь, Миранда Пристли стремительно обходит своих конкурентов и занимает пост главного редактора отдела.

Употребление прилагательных в превосходной степени сравнения и их намеренный **повтор**, а также наличие таких слов, как *fully, all*, в приведенных ниже конструкциях, дают представление об уровне компетентности главного редактора, стремлении всегда быть в курсе текущих дел и событий: “*Just what does one wear to the first day working for the most fashionable fashion editor of the most fashionable fashion magazine in existence?*” [12, p. 34-35]. / *Хотела бы я знать, что надо надевать, если предстоит работать у самого компетентного редактора самого модного журнала мод в мире?*; *to be fully reachable and working at all times* [Ibidem, p. 39] – *быть досягаемой и постоянно находиться в рабочем режиме*.

Миранда Пристли тщательно следит за работой своих сотрудников на всех этапах подготовки журнала в печать (*the production process* [Ibidem, p. 110] – *производственный процесс*; *to be ready for the run-throughs* [Ibidem, p. 295] – *быть готовой для просмотра прогона*), распределяет обязанности между своими ассистентами (избирательная децентрализация), а также сама принимает активное участие (авторитарный стиль) в отборе моделей одежды, аксессуаров, которые будут наиболее привлекательными на рынке модной индустрии (*to hunt for trends* [Ibidem, p. 129] – *отслеживать модные тенденции*; *to pick the clothes for the fashion spreads* [Ibidem] – *подбирать одежду для модных выставок*). Обратим внимание на лексемы (глаголы) в последних двух примерах, обозначающие поведенческую характеристику деловой женщины: *hunt* (verb) – *to look for sth that is difficult to find*. SYN search [11, p. 762]. *Pick* (verb) (rather informal) – *to choose sb/sth from a group of people or things* [Ibidem, p. 1141]. Объединяющим компонентом для этих глаголов являются лексемы *to look for sth, to choose sb/sth from*, обозначающие сложность выбора материала, вещей, модных новинок. Другое значение глагола *hunt* – «охотиться» – *to chase wild animals or birds in order*

to catch or kill them for food, sport or to make money [Ibidem, p. 762]. Л. Вайсбергер косвенно сравнивает деятельность бизнес-леди в условиях высокой конкуренции в индустрии моды с поведением охотника.

Успех главной героини в своем деле – это результат предварительного планирования (*plan-making* [12, p. 82]) и ежедневных отлаженных действий согласно плану (*the complex office-sitting schedule* [Ibidem, p. 63] – *сложный график работы офиса*), как ее собственных, так и сотрудников, неукоснительно исполняющих свои обязанности в строго лимитированные по времени сроки: “*I want everything in by original deadline!*” [Ibidem, p. 339]. / *Я хочу получить все к обозначенному сроку!* Обилие **деловой, специфической лексики**, связанной с подготовкой и выпуском глянцевого журнала, нюансами профессиональной деятельности, дает возможность читателю представить как сам производственный процесс, так и его непосредственных участников.

Образ исследуемого персонажа специфичен с точки зрения **стилистических средств и приемов, тропов**, используемых автором. Номинации деловой женщины, профессионала сопровождаются оценочными **эпитетами** *fantastic, charming: a truly fantastic editor* [Ibidem, p. 208] – *поистине фантастический редактор*; “*Oh, it seems our charming boss already had her lunch*” [Ibidem, p. 158]. / *О, кажется, наш очаровательный босс уже позавтракал*. Наряду с характеристиками персонажа, выраженными единицами с положительной коннотацией, имеют место и словосочетания с отрицательной коннотацией: *a psycho bitch* [Ibidem, p. 74] – *психованная стерва*; *a lunatic boss* [Ibidem, p. 135] – *сумасшедший босс*. Негативная характеристика Миранды Пристли одной из ее сотрудниц, тщательно скрываемая в ее присутствии, передана автором произведением также при помощи **парцелляции**: “*She. Is. Such. A. Bitch*” [Ibidem, p. 14]. / *Она. Такая. Стерва*.

Одним из приемов для создания яркого образа персонажа в исследуемом романе является **метафорическое** употребление лексических единиц: *guru* [Ibidem, p. 81] – *гуру*; *a living fashion icon* [Ibidem, p. 311] – *живая икона стиля*; “*The Queen of my World!*” [Ibidem, p. 243]. / *Королева моего мира!* Выделим лексемы (существительные), обозначающие компетентностную характеристику деловой женщины. В словаре “Oxford Advanced Learner’s Dictionary” приведены следующие толкования интересующих нас лексем: *guru* (noun) – 1) a Hindu or Sikh religious teacher or leader; 2) (informal) a person who is an expert on a particular subject or who is very good at doing sth [11, p. 693]. Используемая в переносном значении, в неформальном контексте, эта лексема дает представление о Миранде Пристли как о специалисте, профессионале в мире модной индустрии и, в частности, в области издательского дела.

Icon (noun) – a famous person or thing that people admire and see as a symbol of a particular idea, way of life [Ibidem, p. 769]. В сочетании с **эпитетом** *living* дается дополнительная характеристика персонажа как знаковой фигуры, кумира в мире моды, живой легенды, заслуженно получившей данный титул. «Метафора может сочетаться с другими приемами речевого воздействия, образуя эффективный комплекс речевых средств, способных управлять пониманием и мышлением человека» [3, с. 203].

Л. Вайсбергер, с целью создания более яркой характеристики персонажа, уделяет особое внимание описанию особенностей голоса Миранды Пристли в различных ситуациях общения. Миранда Пристли всегда говорит авторитетно, уверенно использует директивы и инструкции, делает это в такой манере, которая не дает слушающим усомниться в поставленных задачах или принятых ею решениях (*to speak slowly and surely* [12, p. 79] – *говорить медленно и уверенно*). В описании голоса преимущественно используются **эпитеты** (*cold and firm* [Ibidem] – *холодный и решительный*; *icy-sounding but regal voice* [Ibidem, p. 44] – *ледяной властный голос*). Рассмотрим следующий пример: “*Miranda’s voice came over the line in a shrill, angry staccato*” [Ibidem, p. 151]. / *В трубке раздалось пронзительное, раздраженное стаккато Миранды*. Среди значимых лексем *staccato* находим следующее: 1) (music) with each note played separately in order to produce short, sharp sounds; 2) with short, sharp sounds [11, p. 1499]. Используя данную лексему в сочетании с эпитетами *shrill, angry* автор романа дает речевую характеристику своего персонажа. Этой же цели служат и **эмоционально окрашенные глаголы** (*hissed* [12, p. 14] – *прошипела*; *said brusquely* [Ibidem, p. 3] – *резко сказала*; *cut smb. off* [Ibidem] – *оборвала на полуслове*; *snarled* [Ibidem, p. 7] – *рвкнула*). Также интерес представляет комбинация: *bark orders and requests and demands at a rapid-fire pace* [Ibidem, p. 79] – *выталивать приказы и требования как из пулемета* и т.д. В словаре находим: *rapid-fire* [only before noun] 1) (of question, comments) spoken very quickly, one after the other 2) (of a gun) able to shoot bullets very quickly, one after the other [11, p. 1256]. Сочетание эмоционально окрашенного глагола и прилагательного, использованного в переносном смысле, служит для характеристики темпа и манеры речи бизнес-леди.

Анализ манеры речи исследуемого персонажа показывает, что ее стиль руководства – мужской. В процессе передачи сообщения для нее характерны агрессивные прерывания, авторитарный стиль (“*This is unacceptable. Entirely unacceptable*” [12, p. 211-212]. / *Это неприемлемо. Абсолютно неприемлемо*), а также **императивные конструкции** с излюбленным *immediately*: “*Connect me immediately to Mr. Lagerfeld*” [Ibidem, p. 212]. / *Соедините меня немедленно с мистером Лагерфельдом*. Она отдает приказы людям, не заботясь о том, какую функцию они выполняют в производстве выпускаемого издания, относится ли это к их непосредственным обязанностям, она просто заинтересована в результате в строго обозначенные сроки. Чаще всего Миранда Пристли завершает свою фразу категоричным и лаконичным “*That’s all*” [Ibidem, p. 3]. / *Это все*.

Для формирования образа деловой женщины значимыми представляются дополнительные сведения о внешнем виде, причesке, макияже, одежде, аксессуарах. «В описании внешности деловой женщины, – отмечают И. Ф. Баданян и Т. В. Евсюкова, – положительная оценка передается за счет использования как нейтральной, так и эмоционально нагруженной лексики с положительной коннотацией» [1, с. 36]. Миранда

Пристли, согласно установленным правилам ношения одежды и обуви в главном офисе, а также и в других его отделениях, не только требует от своих сотрудников соблюдать дресс-код, но и сама всегда выглядит безупречно, вызывая восхищенные комментарии коллег. Нами были выделены следующие единицы: *looked stunning* [12, p. 323] – *потрясающе выглядит*; *looked dynamite* [Ibidem, p. 168] – *выглядит сногсшибательно*. Среди значений лексемы *stunning* находим: 1) extremely attractive or impressive; 2) extremely surprising or shocking [11, p. 1539]. Лексема *dynamite* имеет следующее толкование: (*informal, approving*) an extremely impressive or exciting person or thing [Ibidem, p. 476]. Объединяющим компонентом для этих двух единиц являются лексемы, обозначающие высокую степень произведенного эффекта: *attractive, surprising, impressive* в сочетании со словом *extremely*. Также в романе использованы конструкции с включением заимствованных слов: *haute couture* [12, p. 74] – *от-кутюп*; *Hermes scarf* [Ibidem, p. 53] – *платок от Hermes* и другие названия известных брендов, указывающие на великолепное качество, стиль вещей и аксессуаров в гардеробе Миранды Пристли, подчеркивающие ее статус преуспевающей бизнес-леди. Следует отметить, что подобная оценочная, специальная, «модная» лексика характерна для женских глянцевого изданий, рекламных текстов.

Лексика, репрезентирующая досуговую, рекреативную деятельность современной деловой женщины, представлена в романе незначительно. Возможно, это объясняется занятостью деловых людей, трудолюбие является их ключом к успеху. Анализ выделенных нами единиц (преимущественно существительные и прилагательные) позволил сделать вывод о том, что большинство из них подчеркивают статус деловой женщины: стабильное финансовое положение, элитарное образование и положение, высокое качество жизни и др. Представим языковые средства, наиболее ярко характеризующие образ деловой женщины в производственном романе, в Таблице 1.

Таблица 1. Языковые средства создания образа деловой женщины в романе Л. Вайсбергер

Критерии характеристики	Языковые средства	Примеры языковых средств
Номинация персонажа (единицы)	номинации (однословные) номинации (неоднословные) 1) логические перифразы 2) образные перифразы	<i>boss; guru; an editor; an expert; a master</i> <i>the ultimate woman in fashion; the most powerful woman in fashion and publishing; the most prominent magazine editor; to be the number one spot at American Runway; the fashion authority</i> <i>The Queen of my World! Her highness!</i>
Профессиональная деятельность	глаголы в сочетании с существительными, уточняющими сферу деятельности	<i>to read the copy; to oversee editors; to edit and meet with famous writers and models; to edit the copy; to design the layouts; to take care of the details; to hunt for trends</i>
Личностные характеристики	прилагательные, передающие оценку окружающих	<i>fashion-obvious; competent; responsible; gifted; gorgeous; talented; cold-hearted; well-educated; successful; powerful professional; self-made</i>
Особенности речевого поведения	глаголы речи в сочетании с уточняющими образ действия или манеру речи наречиями, прилагательными и существительными	<i>to speak slowly and surely; to say icily; to say brusquely; to mimic in a high-pitched voice; to mimic in a hyena-like howl; to hiss much too ladylike</i>
Внешний вид	существительные, прилагательные и наречия (в словосочетаниях)	<i>a living fashion icon; a white Hermes scarf; a chic knot; supremely neat; perfectly lined lips</i>
Досуговая деятельность	существительные и прилагательные	<i>a private flight; the Ritz in Paris; a penthouse apartment</i>

Таким образом, рассмотрев и проанализировав материал, можно сделать следующие выводы: образ деловой женщины, руководителя глянцевого издания, реализован в производственном романе при помощи основных языковых средств (лексических, стилистических), отличающихся своим разнообразием, и второстепенных (синтаксических). Анализ языковых средств (представленных в таблице и распределенных по тематическим группам) с грамматической точки зрения показал, что в создании образа деловой женщины в производственном романе преобладают существительные, качественные прилагательные и глаголы в сочетании с наречиями. Эмоционально-экспрессивная лексика, метафоры, эпитеты, выраженные качественными прилагательными с оценочным значением, с положительной и отрицательной коннотацией, использованы преимущественно для актуализации внешних характеристик, особенностей речи, способностей и профессиональных качеств деловой женщины. Использование эмоционально окрашенных глаголов дает представление об императивной манере речи персонажа в романе Л. Вайсбергер. Выявлено, что употребление специфической лексики «глянца», образных перифразов, авторских неологизмов способствует передаче

рабочей атмосферы, жанровой специфики романа, более точного профессионального образа деловой женщины и демонстрирует креативное отношение писательницы, имеющей опыт работы в мире моды и элитарном глянцево-модном издании, к языку.

Перспективу исследования может составить обращение к материалам англоязычной прессы, печатного глянца, к рекламным текстам, направленным на женскую аудиторию, для сравнительного анализа средств реализации образа деловой женщины.

Список источников

1. **Баданян И. Ф., Евсюкова Т. В.** Языковые средства реализации образа деловой женщины в медиадискурсе (на материале русского и немецкого языков) // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2. Филология и искусствоведение. 2016. № 4. С. 34-39.
2. **Баишева А. М.** Хронотопическая модель исторического романа в семиотическом аспекте // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 5 (35). Ч. 1. С. 30-34.
3. **Баранов А. Н.** Лингвистическая экспертиза текста: теоретические основания и практика: учеб. пособие. М.: Флинта; Наука, 2011. 592 с.
4. **Бахтин М. М.** Эпос и роман // Вопросы литературы. 1970. № 1. С. 95-122.
5. **Гаганова-Гранатова А.** Почему в России нет производственного романа? [Электронный ресурс]. URL: <http://rospisatel.ru/gaganova.htm> (дата обращения: 14.08.2018).
6. **Данилова Е. С.** Стилистическая роль глаголов механического воздействия “stretch”, “drape”, “fold”, “tuck”, используемых в переносном значении, в романах Л. Вайсбергер // Научные ведомости. Серия «Гуманитарные науки». 2011. № 24 (119). Вып. 12. С. 113-119.
7. **Керер К. А.** Лингвокультурный образ профессионала в производственных романах Артура Хейли // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 17 (232). Филология. Искусствоведение. Вып. 55. С. 67-70.
8. **Лейдерман Н. Л.** Русская литература XX века: 1917-1920-е годы: в 2-х кн. М.: Академия, 2008. Кн. 1. 464 с.
9. **Манджиева С. В.** Прагматический эффект сложных слов в современном авторском романе (на материале романа Лорен Вайсбергер “The Devil Wears Prada”) // Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 2. С. 596-599.
10. **Московская Н. Л., Мацаева М. А.** К вопросу о жанровой специфике производственного романа (на материале произведений Артура Хейли) // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2013. № 3. С. 282-291.
11. **Hornby A. S.** Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English. Oxford: Oxford University Press, 2010. 1796 p.
12. **Weisberger L.** The Devil Wears Prada. N. Y.: Broadway Books, 2004. 360 p.

**LINGUISTIC MEANS OF CREATING AN IMAGE OF A BUSINESSWOMAN
IN THE ENGLISH-LANGUAGE FICTION DISCOURSE
(BY THE MATERIAL OF L. WEISBERGER’S NOVEL “THE DEVIL WEARS PRADA”)**

Shchitova Natal'ya Georgievna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Taganrog Institute named after A. P. Chekhov (Branch)
of Rostov State University of Economics
natali2670@mail.ru

The article is devoted to the topical problem of studying the image of a businesswoman. The purpose of the work is to identify the system of linguistic means, by which the representation of the image of a businesswoman in L. Weisberger’s novel “The Devil Wears Prada” is shown. The research novelty is in the attempt of the comprehensive analysis and systematisation of the linguistic means used to realise the image of a businesswoman in an occupational novel. The author uses vocabulary definitions. The results have shown that the actualisation of the components of a businesswoman’s image in the English-language fiction discourse is implemented through lexical-stylistic and syntactic means, author’s neologisms, original nominations, as well as terms and specific vocabulary of glossy publications. Image and evaluation characteristics are expressed both explicitly and implicitly. The functioning specificity of the identified units, divided into thematic groups, is revealed.

Key words and phrases: linguistic means; lexical and stylistic means; terminological vocabulary; tropes; businesswoman; novel.