

УДК 81'42

СПЕЦИФИКА КОНЦЕПТА *УСПЕХ* В PR-МАТЕРИАЛАХ ИНДУСТРИИ МОДЫ¹

© **Марина Викторовна ТЕРСКИХ**

кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики
Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского
644077, Российская Федерация г. Омск, пр-т Мира, 55-А
E-mail: terskihm@mail.ru

Изучена специфика функционирования концепта *успех* в PR-текстах индустрии моды и модельного бизнеса. Отмечено, что в современном фэшн-пространстве в настоящее время важную роль играют не столько красивые девушки с обложки, сколько успешные и гармонично развитые личности. В связи с этим модельные школы включают в свои обучающие программы не только дефиле и работу перед камерой, но и публичную речь, этикет, другими словами, «продают» успех, личностный рост. Результаты, полученные в ходе исследования, подтвердили гипотезу о возрастании роли концепта *успех* в рекламной и PR-коммуникации, сопровождающей развитие модельного бизнеса. Опираясь на результаты дефиниционного, этимологического и паремиологического анализа концепта *успех*, ассоциативного эксперимента и контент-анализа текстов, сопровождающих рекламную и PR-деятельность омской школы-студии Татьяны Зарубиной, представлены различные семантические модели традиционного концепта *успех* и концепта, формируемого в процессе PR-деятельности. В ближней периферии смоделированного рекламными и PR-текстами концепта *успех* появились такие компоненты, важные для дискурса конкурсов красоты, как *патриотизм, здоровье, красота*. Ассоциативные поля в обоих вариантах концепта *успех* пересекаются с ассоциативными полями множества других концептов: *удача, счастье, слава, работа, деньги, семья, общество, жизнь* и др.

Ключевые слова: концепт; концептосфера; концепт «успех»; связи с общественностью; мода; модельный бизнес

Необходимо признать, что в настоящее время медиадискурс (в частности, рекламные и PR-тексты) формирует собственную концептосферу, корректируя русскую национальную концептосферу в целом. С одной стороны, реклама и PR активно эксплуатируют базовые для русского национально-лингвокультурного сообщества концепты для увеличения эффективности рекламных обращений, с другой – осуществляют модификацию этих концептов, наполняя их структуру новыми компонентами, вызывая смещение ядерных и периферийных элементов.

В рамках данной статьи на примере анализа концепта *успех* мы постараемся показать, что структура общеязыкового концепта в рекламных и PR-текстах (на примере медиаматериалов омской школы-студии Татьяны Зарубиной) может существенно модифицироваться в зависимости от тех задач, которые ставит перед собой PR-специалист той или иной организации: в частности, периферийные компоненты общеязыкового концеп-

та могут занимать ядерное положение в полевой структуре такого рода «медиаконцепта».

Мода является одной из самых популярных сфер современной жизни. Мода – это привилегия избранных, постепенно ставшая массовой ценностью, культивируемой глянцевыми журналами и телепередачами: “Glamour”, “Burda”, “Shopping Guide”, “Cosmopolitan”; «Модельная школа ведьмы Дженис» (MTV), «Модный приговор» (Первый канал), «Полиция моды» (МузТВ), «Снимите это немедленно!» (СТС) и др. Регулярно проводятся выставки-показы и недели моды, вручаются награды в области моды (Астра, Золотая Игла, CFDA), в сфере фэшн-индустрии взаимодействуют модельеры, редакторы, критики, историки моды. В последнее время индустрия красоты и моды приобретает все больший размах. С каждым годом увеличивается число предприятий, занимающихся предоставлением «модных» услуг от образовательных (школы, студии, театры) до фотосессий и модных показов (агентства).

Как и на любом рынке, в модельном бизнесе возникает естественная конкуренция. И борьба в первую очередь ведется в

¹ Работа выполнена при поддержке гранта РГНФ № 14-04-00487 «Новые медиа в России: исследование языка и коммуникативных процессов».

сознании потенциальной целевой аудитории: организации фэшн-индустрии так же, как и любые другие компании, пытаются «завладеть» значимым для представителей целевого сегмента понятием, сделать его основой дифференцирования.

Традиционно деятельность модельных агентств связывают с концептом *красоты*, он реализуется практически во всех текстах, продвигающих события в сфере моды. Однако в последнее время красота как главный движущий компонент фэшн-индустрии уходит на второй план, на ее место выдвигается стремление к личностному росту, к жизненному успеху, и данную тенденцию можно подтвердить, подвергнув анализу рекламные и PR-тексты школы-студии Т. Зарубиной.

Целью нашей статьи является не подробный анализ стратегии позиционирования конкретного предприятия, а исследование лингвокультурологической базы в стратегии позиционирования. В частности, нас интересует место концепта *успех* в продвижении модельного агентства и его потенциал.

Внимание данному концепту уделялось и ранее: в диссертации Н.Р. Эренбург изучается функционирование лексемы *успех* в новейший период русского языка [1]; Н.И. Адонина [2], Н.Д. Паршина [3], А.А. Андриенко [4; 5], Е.Н. Гончарова [6] в сопоставительном аспекте исследуют концепт «успех» в современной речевой культуре русских и американцев; научное исследование Е.Н. Хрыниной посвящено изучению концепта *успех* в немецком языке и корреляции успеха в разных лингвокультурах [7]. Функционально-прагматический анализ концепта “Success” проводится в работах В.В. Гурина и И.П. Петровой [8], Е.С. Колесник и С.Е. Чернобай [9]. В ценностном аспекте изучают данный концепт болгарские исследователи: Н. Иванова [10; 11], А. Георгиев, Г. Стайков, Е. Спахийски [12].

Работ, посвященных изучению концепта *успех* в столь узкой сфере, как модельный бизнес, не существует, тогда как сфера моды, индустрии красоты всегда занимала большое место в жизни общества и сегодня развивается довольно быстрыми темпами. Для развития модельного агентства в условиях конкуренции необходимо использовать наиболее эффективные средства продвижения, в том числе и коммуникативного характера. Соз-

нание человека может быть как одним из пунктов коммуникационного процесса, так и хорошим источником информации для разработки «правильных» текстов в целях позиционирования компании.

Успех, безусловно, является одним из базовых концептов русской национальной концептосферы. В языке данный концепт представлен ключевой лексемой «успех» и производными словообразовательными единицами «успешный», «успешность». Синонимами слова «успех» в русском языке можно назвать «достижение», «победу», «удачу», «завоевание», «триумф»; «счастье»; «признание», «фурор», «свершение», «торжество», «счастливым концом», «шаг вперед», «результат».

В толковом словаре русского языка под редакцией С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой в статье, посвященной слову «успех», находим: успех – 1. Удача в достижении чего-н. 2. Общественное признание [13, с. 840]. В толковом словаре Д.Н. Ушакова успех также определяется через удачу и признание: успех – 1. Удача в задуманном деле, удачное достижение поставленной цели. 2. только ед. Признание такой удачи со стороны окружающих, общественное одобрение чего-н., чьих-н. достижений [14].

Согласно английским толковым словарям успех (“success”) имеет два основных значения [15, с. 310].

1. Достижение цели.
2. Достижение социального статуса.

В «Кратком толковом словаре русского языка» успех рассматривается как положительный результат какого-либо дела, достижения в чем-нибудь и признание [16, с. 98].

Таким образом, на основании анализа словарных дефиниций мы можем сформулировать определение слова успех. **Успех – это чья-либо удача в достижении поставленной цели, получившая одобрение со стороны окружающих.** Данное определение позволяет нам далее выделить основные компоненты ядра концепта *успех*.

1. Цель (дело).
2. Удача, удачный исход.
3. Общественное одобрение, признание.

Этимология слова «успех», отраженная в этимологическом словаре русского языка Г.А. Крылова, говорит о его происхождении от русского церковнославянского глагола

«успети» (успеть). Буквально успех – «то, что смогли (успели) сделать» [17]. Этимологический словарь современного русского языка под редакцией А.К. Шапошникова объясняет современное значение слова «успех» связью с русским глаголом «спети» – «спешить, следовать за кем-л., нагонять, преуспевать, способствовать», а также с латинскими глаголами *spero, sperari* – «надеяться, ожидать» [18]. То есть имеет смысл говорить о взаимосвязи концептов *успех* и *надежда*, которая, кстати, находит выражение в современном клише «надежда на успех».

Производное от слова «успех» – «успешный» – имеет два толкования [14].

1. Закрывающий в себе успех (в 1 знач.), представляющий собой успех.

2. Делаящий что-н. с успехом (преимуществ. об учащемся).

В толковом словаре под редакцией С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой зафиксировано одно значение слова «успешный»: «сопровождающийся успехом, удачный» [13, с. 840].

Другой производной является слово «успешность» – 1. «Отвлеченное существительное по значению прилагательного: успешный» [19]. Успешность предстает как способность и умение достигать успеха. Иную точку зрения можно заметить в статье Л.И. Дементий и Н.В. Лейфрид, посвященной современным представлениям об успешном человеке [20, с. 18-31]. Исследователи полагают, что понятие *успех* существует скорее для обозначения объекта достижения (материального или духовного), тогда как успешность – понятие, отражающее внутреннее ощущение человека, осознание им своего успеха. Все дело в психологии: при незначительных достижениях человек может чувствовать себя вполне успешным, и наоборот, успешные люди не всегда счастливы. Это рассуждение, возможно, объясняет наличие в сознании людей такой ассоциации с успехом, как «несчастливый человек».

Пословицы и поговорки, сохранившие исконную философию русского народа, могут существенно помочь в описании интерпретационного поля (периферии) концепта *успех*. Так, для достижения успеха человеку традиционно необходимы некоторые качества:

– **смелость, инициативность** (*Успех всегда оправдывает смелость; Волков бояться – в лес не ходить; Кто смел, тот и*

съел; Кто смерти не боится, того пуля стронится; Лиха беда начало; На ловца и зверь бежит; Смелость города берет);

– **талант** (*По таланту и успехи; Хочешь жить – умей вертеться; Золото и в грязи блестит; Он и из комара сделал бы вола*);

– **терпение** (*Вспыльчивость успеха не принесет; Кто словом скор, тот в делах редко спор; Поспевай, не торопясь; Поспешишь – людей насмешишь; Не говори гоп, пока не перепрыгнешь; Терпи, казак, атаманом будешь*);

– **трудолюбие** (*Без усилий нет успеха; Одно усилие – два успеха; Вниз вода несет, а вверх кабала везет; Дорогу осилит идущий; Кто рано встает, тому бог подает; Не сиди на печи – будешь есть калачи; Любишь кататься – люби и саночки возить; Сиденьем города не берут*);

– **командный дух** (*Все за одного, а один за всех, тогда и в деле будет успех; В семь рук и дело спорится*);

– **оптимизм, вера в успех** (*За каждым спуском есть подъем; Каков настрой – таков покров; Кто и в горе смеется, тому все удастся; От слез и плача бежит удача; Плох тот солдат, который не мечтает стать генералом; Будет и на нашей улице праздник*).

На основании приведенных примеров можно сделать вывод о том, что концепт *успех* находится в тесной взаимосвязи с концептами *дело, смелость, талант, терпение, усилие (труд, работа), удача*.

В других поговорках отмечаются качества, присущие успеху: **непостоянство** (*Временем в горку, а временем в норку; Последняя удача лучше первой; Удастся так коврижка, не удастся – так крышка*), **массштабность успеха, его превосходство** над мелкими обстоятельствами, оправданность средств целью (*Когда в работе успех, и перекур не грех; Хоть шуткой, хоть смехом, да было бы дело с успехом; Горька работа, да хлеб сладок*), **ценность** успеха (*Лучше в малом удача, чем в большом провал; Лучшие погибнуть, да победить, чем живым, но битым быть*).

Пословицы отражают также и негативные стороны успеха, когда «игра не стоит свеч»: *Один генерал добился успеха, а кости тысяч солдат гниют; Лучшие лев во главе*

стада баранов, чем баран во главе стада львов; С высокого места больно падать.

Для выявления конституирующих признаков концепта *успех*, значимых для современных носителей русского языка, мы провели свободный ассоциативный эксперимент. Метод ассоциативного опроса выбран по причине его простоты, возможности большого охвата аудитории и информативности. Ведь «ассоциации могут сказать нам очень многое о тех неосознаваемых структурах, в которых мы мыслим окружающий нас мир» [21, с. 194].

Респондентам предлагалось назвать ассоциации, которые вызывает у них слово-стимул «успех». В опросе приняло участие 50 студентов высших учебных заведений г. Омск: юноши и девушки в возрасте 18–23 лет, для которых русский язык является родным. Выборка основана на стремлении исследовать сознание тех носителей языка, которые в ближайшее время будут определять языковую и культурную среду нашего общества. Результаты исследования представлены (наиболее частотные реакции) в табл. 1.

Таким образом, анализ реакций на слово-стимул УСПЕХ показал, что для современных носителей русского языка наиболее значимыми являются следующие семантические компоненты исследуемого концепта: **материальный достаток, удача, дело, карьера, счастье, слава (известность), достижение цели, семья, стабильность, любовь, самореализация, общественное признание.**

Более полной картина становится после сравнения полученных результатов с данными «Русского ассоциативного словаря» под редакцией Ю.Н. Караулова и др. [22, с. 693]. В нем представлена 561 реакция на слово *успех*. Среди них большую часть занимают ассоциации, связанные с количественным определением успеха: **большой, огромный, колоссальный, полный.** Затем следует группа слов, находящихся в синонимических и гиперо-гипонимических отношениях с ассоциативным полем концепта *успех*: **удача, радость, победа, провал, поражение, счастье, достижение, в обществе, в делах, в любви** и др.

Таблица 1

Результаты ассоциативного эксперимента

Реакции на слово-стимул УСПЕХ	Количество ответов	Реакции на слово-стимул УСПЕХ	Количество ответов
Деньги, средства, богатство	24	Костюм	2
Удача, везение	19	Мужчина	2
Работа, труд	15	Общество, общественный	2
Счастье, радость, удовольствие, веселье	15	Предприимчивость	2
Карьера, карьерный	13	Признание	2
Известность, популярность, слава	9	Идея	1
Достижение	7	Лидер	1
Благополучие	5	Овации	1
Семья, семейный, дети, замужество	5	Рост	1
Победа	4	Спокойствие	1
Стабильность, постоянство, устойчивость	4	Шарики	1
Любовь, в любви	4	Друзья	1
Цель, цели	4	Соревнование	1
Бизнес, в бизнесе	3	Несчастливый человек	1
Власть	3	Награда	1
Деловой	3	Возможность	1
Дом	3	Активность	1
Самореализация	3	Взлет	1
Судьба, фортуна	3	Самоудовлетворенность	1
Усердие	3	Усилие	1
Желание, стремление	2	Свобода	1
Жизнь	2	Развитие	1
Игра, в игре	2	Зависть	1
Учеба, университет	2	Фурор	1
Талант	2	Доверие	1
Успеть	2		

Анализ ассоциативного тезауруса показал также, что концепт *успех* предстает в национальном сознании в неразрывном единстве с другими концептами. В рассматриваемом ассоциативном поле эксплицируется последовательное пересечение следующих концептов:

- **успех и удача:** удача, удался, блеск, выигрши, ура, неожиданность, случай;
- **успех и счастье:** счастье, счастливый, радость, цветы, блаженство, смех, улыбка;
- **успех и работа:** дело, в делах, работа, в работе, в труде, в предприятии, карьера, по службе;
- **успех и слава:** слава, грандиозный, ошеломляющий, вскружил голову, артист, орация, почет;
- **успех и деньги:** деньги, выигрши, проигрши, хлеб, шампанское;
- **успех и победа:** победа, поражение, достижение, триумф, достигать;
- **успех и семья:** дочери, семейный;
- **успех и общество:** в обществе, уважение, люди, мероприятия;
- **успех и жизнь:** в жизни, первый, жизненно, жизнь;
- **успех и театр:** театр, артист, актер, актрисы, спектакль, роль, аплодисменты, труппы, сцена.

Значительную часть ассоциативного поля концепта *успех* составляют ассоциации, связанные со **степенью и величиной** успеха: *полный, большой, огромный, потрясающий, блестящий, шумный, ошеломляющий, безусловный, головокружительный, крупный, необыкновенный, неслыханный, оглушительный, сногшибательный, заурядный, стопроцентный*, а также ассоциации, указывающие на **скорость достижения успеха:** *быстрый, долго, моментальный, надолго, наспех, неожиданный*.

Анализ словарных дефиниций, текстов паремиологического фонда, работа с данными «Русского ассоциативного словаря» [22, с. 693], результаты ассоциативного эксперимента позволили нам представить содержание концепта *успех* в виде графической модели, отображающей ядро и периферию (ближнюю и дальнюю) данного концепта (рис. 1).

Анализ ряда рекламных и PR-текстов, инициированных школой-студией Т. Зарубиной (всего 78 текстов), позволяет сделать вы-

вод о том, что концепт *успех* часто реализуется через концепт *победа*: «Состязания для состоявшихся леди будут проходить в нашем городе впервые, а *победительница* отправится в Москву *бороться* за звание «Миссис Россия 2009!» («Неслабый» конкурс // Аргументы и факты. 2009. 26 сент.); «Она *завоевала* высшую награду – гран-при конкурса» («Неслабый» конкурс для слабого пола // Комс. правда, 2010. 28 сент.).

Таким образом, состязания на подиуме приравниваются к военным действиям или к спортивным соревнованиям: здесь сражаются, состязаются, борются за победу, одерживают победу, получают шанс на победу. Концепт *победа* является одним из наиболее продуктивных при конкурентном позиционировании компании.

Кроме того, на основе соотнесения данных ассоциативного эксперимента и исследования текстового материала можно выделить следующие компоненты концепта *успех*.

1. **Радость/Счастье** (выражается посредством таких лексических единиц, как *праздник, приятно, приятный, волнительный, чувство, чувствовать, прекрасный, счастливый* и др.): «Конкурс «Миссис Омск» – это *праздник, который вызовет в каждой участнице самые приятные чувства*» (из пресск-релиза для конкурса «Миссис Омск»); «11 лет жюри конкурса «Российская Женщина» выбирают *счастливцу*, которая по праву получает титул самой красивой женщины страны» (<http://omsk.cityparty.ru>, 22.10.2010).

2. **Награда** (репрезентируется лексемами *награда, награждать, чествовать, чествования, орация, вручить, титул, звание, номинация, приз, гран-при* и др.): «Завораживающее зрелище, которое происходило на сцене на протяжении почти трех часов, закончилось *бурными орациями и чествованием победительниц!*» (<http://www.biletomsk.ru>, 15.03.2010); «Она *завоевала высшую награду – гран-при конкурса*» («Неслабый» конкурс для слабого пола // Комс. правда. 2010. 28 июня).

3. **Борьба** (репрезентанты – *состязания, репетиции, бороться, оценивать, блистать, лучшие* и др.): «Состязания для состоявшихся леди будут проходить в нашем городе впервые, а победительница отправится в Москву *бороться* за звание «Миссис Россия 2009!» («Неслабый» конкурс», анонс // Аргументы и факты. 2009. 26 сент.).

4. **Самореализация** (репрезентанты – раскрытие, опыт, талант, достойный, продемонстрировать и др.): «Раскрыть таланты и продемонстрировать достоинства сможет каждая замужняя дама» (<http://www.omsk.cityparty.ru>, 22.10.2009); «Формат фестиваля позволит конкурсанткам продемонстрировать не только свои внешние данные, но и внутреннюю красоту» (из положения о конкурсе).

5. **Престиж** (репрезентанты – престижный, известный, пример, светский, задать новые стандарты и др.): «В разные годы победительницами конкурса становились женщины, которые собственным примером пропагандируют вечные ценности семьи и материнства» (<http://www.otdohniomsk.ru>, 03.09.2009); «Проект «Юная Жемчужина Европы и Азии – 2010» – это престижный конкурс, в котором принимают участие девочки от 6 до 16 лет из России, Испании, Израиля, Польши и других стран дальнего и ближнего зарубежья» (из коммерческого предложения).

6. **Праздник** (репрезентанты – праздник, костюм, волшебный, карнавал и др.): «Создать незабываемый праздник – задача настоящего волшебника» (<http://www.akademius.ru/>); «Выбор «Миссис» – праздник и традиция, существующие в большинстве городов мира» (из положения о конкурсе).

7. **Талант** (репрезентанты – талант, талантливый, творческий, творчество, способности, потенциал, раскрыть, проявить, индивидуальность, фантазия, искусство и др.): «Конкурс красоты, гармонии и таланта «Мисс Сибиря 2009»; «Продюсерский центр «Академия успеха» – творческое объединение, в котором трудятся талантливые люди» (<http://www.akademius.ru>).

8. **Известность**: «Будем надеяться, что наши омички достойно выступят в Москве и, возможно, их пригласят показать себя в Голливуде!» (<http://www.biletomsk.ru>, 15.03.2010).

Структура концепта *успех* в PR-дискурсе модельного агентства с учетом всех вышеперечисленных семантических компонентов представлена на рис. 2.

Успех личности складывается из разных компонентов. Школа Т. Зарубиной формирует образ успешной личности и, прежде всего, успешной женщины, поскольку основной целевой аудиторией агентства являются женщины, девушки, девочки. Итак, этот идеальный, гармоничный образ представляет собой образ «...активной, образованной, духовно развитой, красивой семейной женщины, ориентированной на успех в личной и профессиональной сферах, верящей в свои силы, предпочитающей здоровый образ жизни, любящей свой город, регион, страну»

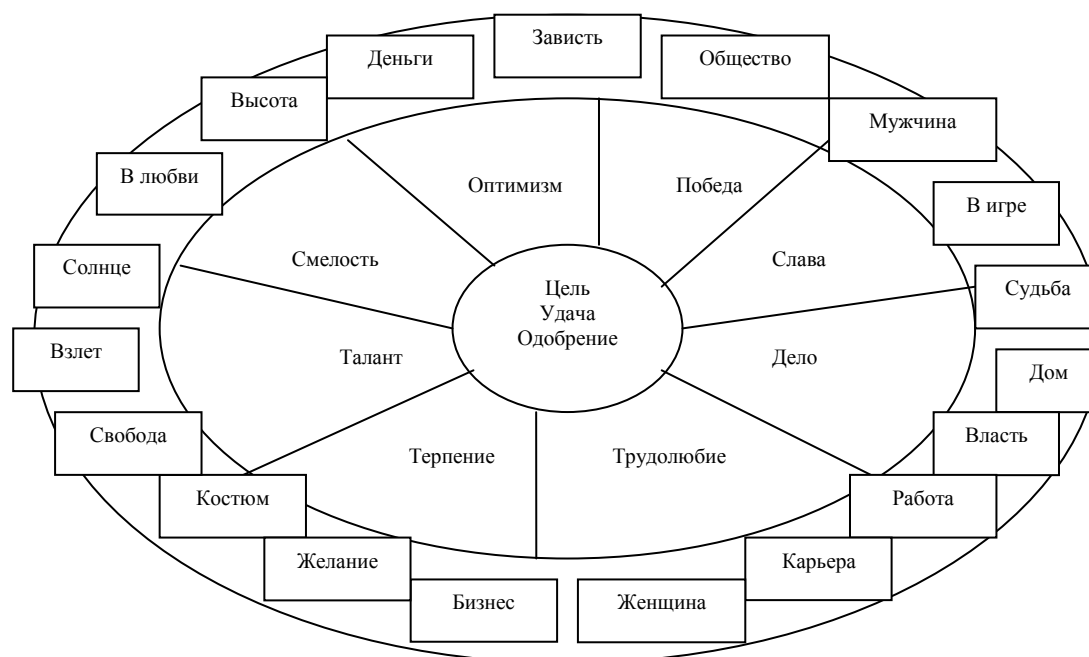


Рис. 1. Модель концепта *успех*

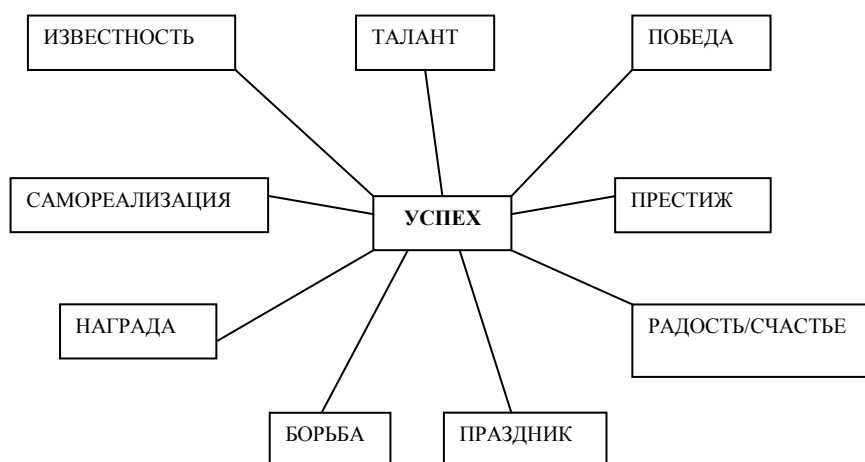


Рис. 2. Структура концепта успех в PR-дискурсе модельного агентства

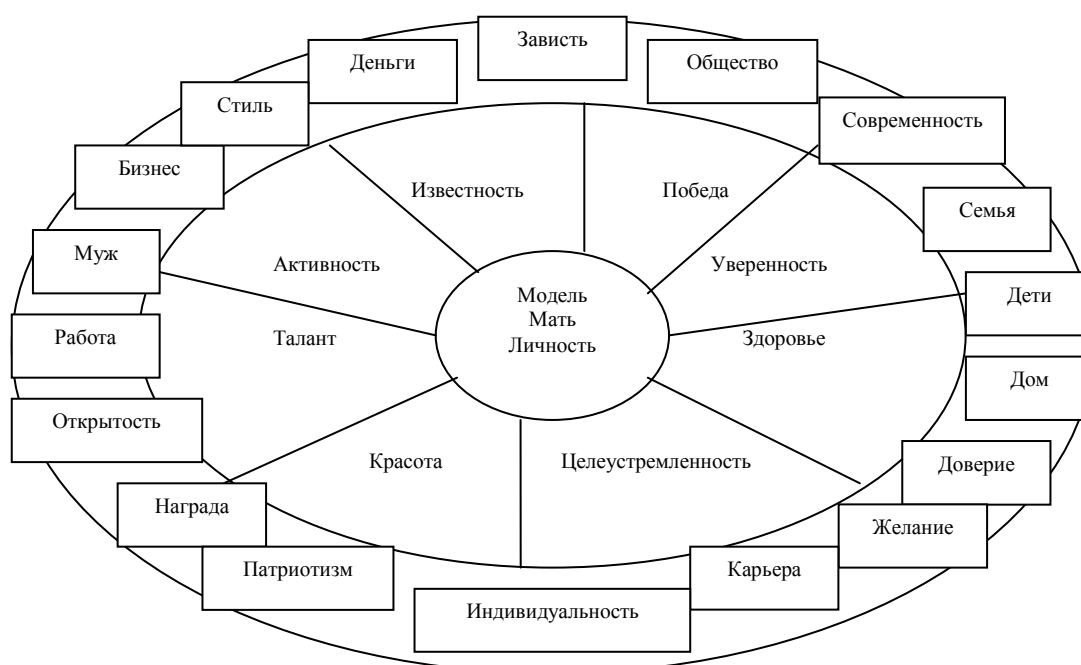


Рис. 3. Модель концепта *успех* в индустрии моды и модельного бизнеса

(PR-материалы школы-студии). Она поддерживает себя *в хорошей форме и полна жизненной энергии*, умеет ставить *цели и достигать их*, у нее есть *все шансы одержать победу*. У нее большой *природный потенциал*, а школа выступает в качестве помощника, раскрывающего этот потенциал.

На основании исследования языковой репрезентации концепта *успех* в рекламных и PR-материалах школы-студии мы можем смоделировать новую модель данного концепта, отражающую его ядро, ближнюю и

дальнюю периферию, с учетом специфики фэшн-индустрии и специфики работы школы-студии Т. Зарубиной (рис. 3).

Итак, концепт-анализ рекламных и PR-текстов школы-студии Т. Зарубиной позволил нам прийти к следующим выводам.

1. Концепт *успех* в рекламной фэшн-коммуникации имеет существенно иную структуру, нежели в обыденном массовом сознании россиян. Так, ядерными компонентами концепта *успех*, смоделированного специалистом модельной школы, являются

вполне конкретные представления об успешной женщине: *модель, мать, личность*, в то время как номинативное поле традиционного концепта *успех* составляют абстрактные компоненты *цель, общественное признание, удача*. В ближней периферии смоделированного рекламными и PR-текстами концепта *успех* появились такие компоненты, важные для дискурса конкурсов красоты, как *патриотизм, здоровье, красота*. Ассоциативные поля в обоих вариантах концепта *успех* пересекаются с ассоциативными полями множества других концептов: *удача, счастье, слава, работа, деньги, семья, общество, жизнь* и др.

2. Концепт *успех* в рекламной и PR-коммуникации является гиперконцептом по отношению к концептам *победа, талант, известность* и др. и часто репрезентируется через лексемы, объективирующие данные концепты. Таким образом, можно говорить о сложной структуре концепта *успех* и многоаспектной системе его репрезентации в рекламной и PR-коммуникации в сфере фэшн-услуг.

3. На основании подробного исследования структуры концепта *успех* в массовом сознании россиян и репрезентации данного концепта при позиционировании модельной школы-студии мы можем сделать вывод о различии в существующем и желаемом образе успеха применительно к сфере фэшн-индустрии. Так, главной составляющей модельного бизнеса традиционно считается внешняя красота. Современные модельные школы ломают этот стереотип в сознании потребителей, приглашая их «стать успешными личностями», что включает себя не только красоту, но и определенный набор внутренних характеристик человека.

В целом результаты исследования позволяют отметить, что концепт *успех* характеризуется большим числом языковых единиц-репрезентантов, расширением синонимического ряда, что является отражением роста популярности денотата концепта. Отмеченные обстоятельства свидетельствуют о том, что концепт *успех* в новейший период развития языкового сознания представляет собой один из актуальных, базовых, знаковых концептов современной русской концептосферы.

Исследование функционирования концептов в рекламной и PR-сфере является

сравнительно новым и перспективным направлением в современной лингвистике. Поскольку реклама и PR в известной степени основаны на теории воздействия и используют ее методики изменения ментального пространства аудитории, то весьма важен учет таких когнитивных структур, как концепты, стереотипы. Их изучение позволяет создать текст, близкий и понятный по духу целевой аудитории. При этом возможно затушевывание одних сторон концепта и акцентирование других в зависимости от целей и задач рекламистов и специалистов по связям с общественностью. Целью может быть как рыночное продвижение товара, услуги, так и формирование новых идеологических установок, ценностных ориентаций в сознании современного человека.

Список литературы

1. *Эренбург Н.Р.* Концепт *успех* и его репрезентация в русском языке новейшего периода: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2006.
2. *Адомина И.В.* Концепт *успех* в современной американской речевой культуре: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Хабаровск, 2005.
3. *Паришина Н.Д.* Лингвокультурологическое поле концепта «успех» в американском варианте английского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2008.
4. *Адриенко А.А.* Концепт УСПЕХ в американской и русской лингвокультурах (на материале популярно-делового дискурса): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2009.
5. *Адриенко А.А.* Образно-метафорическая составляющая концепта «успех» в американской и русской лингвокультурах // Таврический научный обозреватель. 2015. № 1. С. 125-130.
6. *Гончарова Е.Н.* Концепт Успех/Success в русской и американской лингвокультурах: историко-этимологический аспект // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. Майкоп, 2016. № 2 (177). С. 49-53.
7. *Хрынина Е.Н.* Лингвокультурная специфика концепта «успех/Erfolg»: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ставрополь, 2009.
8. *Гурин В.В., Петрова И.П.* Функционально-прагматический анализ концепта «Success» в английском языке // Казанская наука. Казань, 2015. С. 148-150.
9. *Колесник Е.С., Чернобай Е.В.* Особенности вербализации концепта «успех» в английской фразеологической картине мира // European

- Journal of Literature and Linguistic. Вена, 2016. № 3. С. 3-5.
10. Иванова Н.С. Пространственные образы концепта «успех» в болгарском языке // Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. № 1 (26). С. 201-204.
 11. Иванова Н.С. Концептуализация успеха в языковом сознании русских и болгар: к анализу современной динамики в языковой картине мира // Русский язык и культура в зеркале перевода: материалы Междунар. науч. конф. М., 2015. С. 216-223.
 12. Георгиев А., Стайков Г., Снахийски Е. Модельт на успеха 22. Или как да успяваш в България. Училище за успех. София, 2012.
 13. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М., 2005.
 14. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка: в 3 т. М., 2001. Т. 3.
 15. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / ed. by A.S. Hornby. Oxford: University Press, 1974. Vol. 1.
 16. Краткий толковый словарь русского языка. М., 1978.
 17. Этимологический словарь русского языка / сост. Г.А. Крылов. СПб., 2008.
 18. Этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. / сост. А.К. Шапошников. М.: Флинта: Наука, 2010. Т. 2.
 19. Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка. М., 2007.
 20. Дементий Л.И., Лейффрид Н.В. Современные представления об успешном человеке // Вестник Омского университета. Серия Психология. 2005. № 1. С. 18-31.
 21. Фрумкина Р.М. Психолингвистика. М., 2003.
 22. Русский ассоциативный словарь: в 2 т. / под ред. Ю.Н. Караулова, Г.А. Черкасовой, Н.В. Уфимцевой, Ю.А. Сорокина, Е.Ф. Тарасова. М., 2002. Т. 1. От стимула к реакции.
- “success” in American English. Cand. phil. sci. diss. abstr.]. Moscow, 2008. (In Russian).
4. Andrienko A.A. *Kontsept USPEKh v amerikanskoj i russkoj lingvokul'turakh (na materiale populyarno-delovogo diskursa)*. Avtoref. ... diss. kand. filol. nauk [Concept SUCCESS in American and Russian linguistic cultures (on the material of popular business discourse). Cand. phil. sci. diss. abstr.]. Belgorod, 2009. (In Russian).
 5. Andrienko A.A. *Obrazno-metaforicheskaya sostavlyayushchaya kontseptu «uspekha» v amerikanskoj i russkoj lingvokul'turakh* [Imagery and metaphorical component to the concept “success” in American and Russian linguistic cultures]. *Tavrisheskiy nauchnyy obozrevatel'* [Taurida Scientific Review], 2015, no. 1, pp. 125-130. (In Russian).
 6. Goncharova E.N. *Kontsept Uspekha/Success v russkoj i amerikanskoj lingvokul'turakh: istoriko-etimologicheskij aspekt* [Concept of Success in the Russian and American linguistic cultures: a historical and etymological aspect]. *Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya Filologiya i iskusstvovedenie – Bulletin of the Adygeya State University. Series Literature and Art Criticism*. Maykop, 2016, no. 2 (177), pp. 49-53. (In Russian).
 7. Khrynina E.N. *Lingvokul'turnaya spetsifika kontseptu «uspekha/Erfolg»*. Avtoref. ... diss. kand. filol. nauk [Linguistic and cultural specificity of the concept “success/Erfolg”. Cand. phil. sci. diss. abstr.]. Stavropol, 2009. (In Russian).
 8. Gurin V.V., Petrova I.P. *Funktsional'no-pragmaticheskij analiz kontseptu «Success» v angliyskom yazyke* [Functional and pragmatic analysis of the concept “Success” in English]. *Kazanskaya nauka – Kazan Science*. Kazan, 2015, pp. 148-150. (In Russian).
 9. Kolesnik E.S., Chernobay E.V. *Osobennosti verbalizatsii kontseptu «uspekha» v angliyskoj frazeologicheskoy kartine mira* [Peculiarities of verbalization of the concept “success” in the English phraseological picture of the world]. *European Journal of Literature and Linguistic*. Vena, 2016, no. 3, pp. 3-5.
 10. Ivanova N.S. *Prostranstvennyye obrazy kontseptu «uspekha» v bolgarskom yazyke* [Spatial images of the concept “success” in Bulgarian language]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Kemerovo State University*, 2014, no. 1 (26), pp. 201-204. (In Russian).
 11. Ivanova N.S. *Kontseptualizatsiya uspekha v yazykovom soznanii russkikh i bolgar: k analizu sovremennoy dinamiki v yazykovoy kartine mira* [Conceptualization of success in the linguistic consciousness of Russian and Bulgarians: for an analysis of the current dynamics in the language picture of the world]. *Materialy Mezhdunarod-*

References

1. Erenburg N.R. *Kontsept uspekha i ego reprezentatsiya v russkom yazyke noveyshego perioda*. Avtoref. ... diss. kand. filol. nauk [The concept of success and its representation in the Russian language of modern period. Cand. phil. sci. diss. abstr.]. Voronezh, 2006. (In Russian).
2. Adonina I.V. *Kontsept uspekha v sovremennoy amerikanskoj rechevoy kul'ture*. Avtoref. ... diss. kand. filol. nauk [Concept of success in modern American speech culture. Cand. phil. sci. diss. abstr.]. Khabarovsk, 2005. (In Russian).
3. Parshina N.D. *Lingvokul'turologicheskoe pole kontseptu «uspekha» v amerikanskom variante angliyskogo yazyka*. Avtoref. ... diss. kand. filol. nauk [Linguistic and cultural field of the concept

- noy nauchnoy konferentsii «Russkiy yazyk i kul'tura v zerkale perevoda» [Proceedings of the International Scientific Conference “Russian language and culture in the mirror of translation”]. Moscow, 2015, pp. 216-223. (In Russian).
12. Georgiev A., Staykov G., Spakhiyski E. *Model't na uspekha 22. Ili kak da uspyavash v B'lgariya. Uchilishche za uspekh* [Model't success 22. Or how do you manage to Bulgaria. School of success]. Sofia, 2012. (In Bulgarian).
 13. Ozhegov S.I., Shvedova N.Yu. *Tolkovyy slovar' russkogo yazyka* [Explanatory Dictionary of the Russian Language]. Moscow, 2005. (In Russian).
 14. Ushakov D.N. *Tolkovyy slovar' russkogo yazyka* [Explanatory Dictionary of Russian Language]. Moscow, 2001, vol. 3. (In Russian).
 15. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. A.S. Hornby (ed.). Oxford, University Press, 1974, vol. 1.
 16. *Kratkiy tolkovyy slovar' russkogo yazyka* [Concise Explanatory Dictionary of the Russian Language]. Moscow, 1978. (In Russian).
 17. *Etimologicheskii slovar' russkogo yazyka* [Etymological Dictionary of the Russian Language], G.A. Krylov (compiler). St. Petersburg, 2008. (In Russian).
 18. *Etimologicheskii slovar' sovremennogo russkogo yazyka* [Etymological Dictionary of Modern Russian Language]. A.K. Shaposhnikov (compiler). Moscow, Flinta, Nauka Publ., 2010, vol. 2. (In Russian).
 19. Efremova T.F. *Sovremennyy tolkovyy slovar' russkogo yazyka* [Modern Explanatory Dictionary of the Russian Language]. Moscow, 2007. (In Russian).
 20. Dementiy L.I., Leyfrid N.V. *Sovremennye predstavleniya ob uspeshnom cheloveke* [Modern ideas about the successful person]. *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya Psikhologiya – Herald of Omsk University. Series “Psychology”*, 2005, no. 1, pp. 18-31. (In Russian).
 21. Frumkina R.M. *Psikholingvistika* [Psycholinguistics]. Moscow, 2003. (In Russian).
 22. *Russkiy assotsiativnyy slovar'* [Russian Associative Dictionary]. Yu.N. Karaulov, G.A. Cherkasova, N.V. Ufimtseva, Yu.A. Sorokin, E.F. Tarasov (eds.). Moscow, 2002, vol. 1. *Ot stimula k reaktsii*. (In Russian).

Поступила в редакцию 22.11.2016 г.
Received 22 November 2016

UDC 81'42

SPECIFIC FEATURES OF THE CONCEPT *SUCCESS* IN PR MATERIALS OF FASHION INDUSTRY

Marina Viktorovna TERSKIKH

Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of Theoretical and Applied Linguistics Department
Dostoevsky Omsk State University
55-A Mira Ave., Omsk, Russian Federation, 644077
E-mail: terskikh@mail.ru

The specific features of the concept *success* in PR texts of the fashion industry and fashion business are considered. It is noted that beautiful girls on the cover do not play such an important role as successfully and harmoniously developed personalities in today's fashion space. In this regard, models' schools training programmes include not only fashion shows and work on-camera, but also public speech, etiquette, in other words, “selling” success and personal growth. The results of the study confirmed a hypothesis about the increasing role of the concept success in advertising and PR communication accompanying the modeling business' development. Different semantic models for the traditional concept of success and the concept formed in PR activities based on the results of definitional, etymological and paremiological analysis of the concept *success*, association experiment and text content analysis accompanying advertising and PR activities of T. Zarubina Omsk Studio School are presented. There are components that are important to the discourse of beauty contests, like patriotism, health, and beauty modeled by advertising and PR texts of the concept success. In both cases associative fields of the concept success cross with associative fields of many other concepts: fortune, happiness, fame, work, money, family, society, life and others.

Key words: concept; conceptosphere; concept success; PR-text; fashion; modeling business

Информация для цитирования:

Терских М.В. Специфика концепта *успех* в PR-материалах индустрии моды // Вестник Тамбовского университета. Серия Филологические науки и культурология. Тамбов, 2017. Т. 3. Вып. 1 (9). С. 25-34.

Terskikh M.V. Spetsifika kontsepta uspekh v PR-materialakh industrii mody [Specific features of the concept *success* in PR materials of fashion industry]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya Filologicheskie nauki i kulturologiya – Tambov University Review. Series: Philology and Culturology*, 2017, vol. 3, no. 1 (9), pp. 25-34. (In Russian).