

Концепт „успех” в ценностном и языковом измерениях в болгарской, русской, британской и американской лингвокультурах

Неля Иванова (Бургас), Анна Андриенко (Ростов-на-Дону, Россия)

Когнитивную основу формирования ценностной картины в языке наилучшим образом можно изучать на материале культурных концептов (Карасик 2004). Как элемент культуры, концепт является носителем культурно значимой информации, и его исследование позволяет сделать выводы о лингвистически закреплённом своеобразии культуры отдельных народов. Поэтому мы считаем очень актуальным проведение сопоставительного анализа структуры культурных концептов, отражаемых в изучаемых языках. В этой публикации мы рассматриваем концепт „успех” в его ценностном и языковом измерениях в четырех лингвокультурах: болгарской, русской, британской и американской в конкретном аспекте: вербализации его оценочных и параметрических характеристик.

Cognitive background for development of value picture of the world makes it possible to study it most thoroughly exemplified by culture concepts (Karasik 2004). As an element of the culture, concepts bear culture meaningful information and their study makes it possible to come to some conclusions concerning special features of separate cultures fixed in the language. That is why we consider it a topical and relevant issue to make comparative analysis of the culture concepts structure reflected in the languages under study. In this work we would like to dwell on how speakers of three languages “measure” success and what attributive structures they use to express evaluation of their achievements.

Ключевые слова: ценностная картина мира, компетенция понимания, успех как ценность, метафорическое осмысление успеха

В структуре коммуникативной личности особое место занимают **ценности** – самые фундаментальные характеристики культуры, высшие ориентиры поведения человека. Они возникают, как отмечает П.С. Гуревич, не только на основе знания и информации, но на основе жизненного опыта каждого отдельного человека, выражая его личное отношение ко всему, что его окружает (Гуревич 1997: 120).

Наряду с мировоззрением, традициями, этикетом, индивидуальными убеждениями, *ценности* являются элементом культуры, они отражают специфику национально-культурного пространства своих носителей, определяя их гармоничное функционирование в нем. „Ценности регулируют эмоционально-интеллектуально-речевую деятельность человека и, в конечном счете, всю систему его бытия”, пишет Е.Ф. Серебренникова (Серебренникова 2008: 9).

Понятие ценности имеет сложную природу и является предметом анализа в многих научных парадигмах. С позиции преподавания и изучения языков в иностранной аудитории, как нам кажется, вопросу о ценностях следует уделять специальное внимание. При этом особенно важно иметь в виду типичные формы их вербализации, так как при отсутствии непосредственного контакта с представителями другой культуры обучающийся приобретает знания о ней преимущественно через усваиваемый языковой код (Гришаева, Цурикова 2007: 198). В этом аспекте знание о ценностях формирует специальный **ценностный аспект понимания речи на иностранном языке**, а их учет связан с развитием **компетенции понимания** (Карасик 2004, Иванова 2012). Мы разделяем позицию В.И. Карасика, что в рамках картины мира формируется и ценностная картина мира, которая отражает „дух” определенной общности и культуры. Она имеет динамичный характер, так как фиксирует меняющиеся общественные условия и потребности. Когнитивная основа формирования ценностной картины в языке позволяет наилучшим образом изучать ее

на материале культурных концептов (Карасик 2004). В аспекте культурного содержания концепт трактуется как единица, максимально приближенная к культуре и истории человека. Как элемент культуры концепт является носителем культурно значимой информации, и его исследование позволяет сделать выводы о лингвистически закрепленном своеобразии культуры отдельных народов. Вот поэтому мы считаем актуальной возможность провести сопоставительный анализ структуры культурных концептов, отражаемых в изучаемых языках, что позволило бы выявить специфику формирования ценностей и ценностной картины мира носителей этих языков в вербализованной форме.

Объектом анализа настоящей статьи стал концепт *успех* в болгарском, русском, американском и британском публицистическом и медийном дискурсах. Успех является важным социальным ориентиром и целью достижения современного человека, поэтому сегодня о явлении успеха, о способах его достижения, о его содержании (символах престижа), о его статусе как национальной ценности, об его объективаторах в разных языках очень много говорят и пишут. Исследователи ставят самые разнообразные акценты в трактовке как конкретных измерений успеха, так и абстрактной его сущности. Так, Н. Розенберг анализирует „архитектонику успеха в культуре” (2001), о „культуре достижения” рассуждает А.Ю. Согомонов (2002), С.Ю. Ключников проводит „гносеологический анализ философии успеха” (2003), Н. Тилкиджиев раскрывает „социологические инструменты и результаты успеха” (2006) и др., а лингвисты „собирают” концептуальную сущность успеха, выявляя знания, релевантные для мышления и поведения людей через их языковые репрезентации в различных дискурсах, в различных языках и с помощью самых разнообразных методик (Карасик 2004, Адонина 2005, Эренбург 2006, Андриенко 2009, Иванова 2012 и др.). Специально хотим остановиться на работе В.И. Карасика *Языковой круг: личность, концепты, дискурс* (2004), в которой ученый разрабатывает специальный подход к анализу культурных концептов как фрагментов жизненного опыта человека и постулирует их многогранную сущность, выделяя в их структуре понятийную, образную и ценностную составляющие. Такое представление о концепте как о триаде послужило методологической основой для многих новых работ, в том числе и для исследования концепта *успех*, его ключевых слов и контекстуальных смыслов, предпринятого авторами этой статьи.

Наличие столь разноплановых и многочисленных результатов исследовательского интереса к явлению успеха в самых разнообразных научных парадигмах ни в коем случае не мешает нам вывести общую констатацию, имеющую солидную аргументацию в русле каждого направления анализа. Объединяющая констатация современных исследований, по нашему мнению, заключается в установлении изменения статуса явления успеха, а конкретные его следствия мы наблюдаем сегодня в возведении его в качестве философской категории и в анализе формирующейся его ценностной сущности для носителей различных языков и культур. Само слово *успех* в словаре современного человека, по заключениям О.В. Михайловой (2008), И.Б. Левонтиной (2008), В. Новикова (2011) не только часто употребляемо, но приобретает качественно новое значение (Михайлова 2008: 48, Левонтина 2008: 18, Новиков 2011: 218). В подтверждение можно привести данные исследований в области философских наук (Панарин 2000; Согомонов 2002; Михайлова, Турченко 2006), согласно которым оппозицию *успех-неудача* можно отнести к базовым бинарным оппозициям, которые **предопределяют** национально-культурное своеобразие этноса, а отношение к успеху, сложившееся в том или ином обществе, рассматривается как предпосылка, **определяющая** все направление его развития. По данным психологических исследований, концепт успех носит универсальный аксиологический

характер. Основой для изучения феномена успеха в психологии является положение о том, что каждому человеку среди прочих потребностей присуща потребность в достижениях, побуждающая его стремиться к максимально хорошо выполненной деятельности. Согласно теории А. Маслоу, успех необходим для полноценного существования личности, потому что относится к его базовым потребностям и ценностям. А. Маслоу, описывая здоровую самоактуализированную личность, делал акцент на ее самореализации во внешнем мире, то есть обращал особое внимание на статус успеха как общественной ценности (Маслоу, 2010). Именно поэтому успех рассматривается как одна из центральных ценностей и потребностей современного человека.

Ценностность как лингвокультурологическая категория (об этом С. Иванова 2000, Карасик 2004, Андриенко 2009) предполагает реализацию в рамках дискурса ценностей того или иного лингвокультурного сообщества, поэтому ценностный компонент, в первую очередь, связывается с исторически сложившимся отношением к концепту культуры в сознании носителей. Для рассмотрения *успеха* как ценности историческое содержание исследуемого концепта приобретает особую актуальность, ведь в славянской и западной культурах отношение к успеху изначально неравнозначно. Остановимся на представлениях об успехе в русской, американской, британской и болгарской культурно-исторической традиции подробнее.

Русская философия никогда напрямую не касалась проблематики успеха и не проповедовала культ личного успеха как самоцель. В русской культуре, в сказочном хронотопе, герой, как правило, ленив до парадоксальности, однако его сказочное избранничество (Емеля, Иван-Царевич) само находит своего носителя: для этого ему важнее не систематически стремиться к успеху, а положиться на судьбу (Иваницкий 1996). Так, в качестве особенностей представлений об успехе в русской культурно-исторической традиции можно выделить следующие: успех ценен не в личностном, а в общенациональном смысле; успех связан с религиозными этическими представлениями; отрицание успеха в мирском смысле; русский человек верит в зависимость успеха от удачного стечения обстоятельств (что проявляется в образах народных сказок); успех связан со славой и служением отечеству (Андриенко 2009).

В западной культурно-исторической традиции в целом (Иванова 2012) и американской (Андриенко 2009), в частности, стремление к успеху приобретает статус национальной философии. Более того, именно американские представления об успехе становятся определяющими на современном этапе развития общемирового сообщества. Становление принципов успеха в американской культуре связывают с протестантизмом и философией прагматизма. Особенности представлений об успехе в американской культуре являются следующие: успех ценен в индивидуальном плане как достижение отдельно взятой личности; жизненный успех отождествляется с материальным богатством; успех гарантирован при воспитании “успешного характера”, главными чертами которого являются трудолюбие и усердие; удача и везение не приводят к социальному признанию, успехом может считаться только просчитанная, достигнутая собственными рациональными усилиями вершина; индивидуальный успех или неудача есть результат исключительно личных качеств человека, и поэтому несостоявшейся личности остается винить только саму себя (*self-made man – self-unmade man*) (Андриенко 2009).

Американская мечта в корне противоположна европейским представлениям об успехе, житейской свободе и независимости. В своей книге „Европейская мечта” (2004) Дж. Рифкин, известный современный социолог и политолог, объясняет, что в отличие от американцев, для которых свобода и независимость являются следствием накопленного богатства (американец свободен, когда рассчитывает только на себя, и

превращается в подобие острова: с богатством приходит неприступность, а с ней – независимость), для европейцев свобода коренится не в подобной независимости, а в приобщении. Чем больше общностей, к которым человек имеет доступ, тем больше возможностей выбора, чтобы вести полноценную жизнь (с взаимосвязями приходит приобщение, а с ним – независимость человека). Европейская мечта, согласно Дж. Рифкину, основывается на сохранении культурной идентичности и жизни в мультиэтническом мире, в то время как американская „связывает успех с отбрасыванием происхождения и связей с конкретной культурой” (Рифкин 2005: 14).

В связи с вхождением Болгарии в Европейский союз (2007) и в силу исторической и культурной принадлежности болгар к европейскому сообществу, в последние годы появилось много как статей болгарских публицистов, так и научных исследований, в которых тему успеха можно косвенно обособить из размышлений о болгарских ценностях. В этом дискурсе часто употребляются автостереотипные фразы „болгарский синдром”, „болгарский парадокс”, „болгарская мечта” (Митев и др. 2002, Семов 2004, 2009, Русинова 2006, Дайнов 2010 и др.). В исследованиях нередко отмечается тот факт, что „болгарская ценностная система... находится между двумя абсолютно противоречащими системами” (Русинова 2006). Нынешняя ее открытость и адаптивность не исключают обращения болгарского общества к традиционным ценностям, пришедшим из эпохи Возрождения, которые берут свое начало из „святой православной традиции”, из уважения к своим корням, истории, быту, традициям и культуре, сохранившим болгар как народ (Русинова 2006). В болгарской культурной антропологии тема успеха и достижений анализируется с позиции болгарского индивидуализма: „независимо от превратностей, от непрерывных изменений моделей нашего общества, болгарин остается верен своему характеру. Отчужденность от общества является одной из основных черт его характера” (Семов 2009). Индивидуализм болгар и его корни в народопсихологии анализируются социологом Ив. Хаджийским, проникновенным знатоком болгарской душевности. В его книгах „Быт и душевность болгарского народа” и „Оптимистическая теория о нашем народе” (1974) можно найти мысли автора о преуспевающем болгарине в период после Освобождения: „Болгария тогда была страной неограниченных возможностей. Любая карьера делалась исключительно собственными силами благодаря личным качествам. Богатства созидались, а не наследовались, и каждый человек занимал то общественное положение, которое сам себе создавал. Это была эпоха болгарских викингов, людей без предыстории, которые рассчитывали только на себя, на свою собственную смелость, прозорливость и изобретательность” (Хаджийски 1974: 35). Индивидуализм болгарского характера Ив. Хаджийски обвязывает с талантом и трудолюбием, который в сочетании с добродетелями взаимопомощи, честности и трудом представляет собой идеал успеха по Ив. Хаджийскому. Подтверждением точности этого наблюдения является недавно вышедшая книга болгарских журналистов А. Георгиева, Г. Стайкова и Е. Спахийского *Модель успеха 22, или как достичь успеха в Болгарии* (2012), которая содержит интервью с 22 известными и успешными людьми Болгарии. Доминанту в рассказах этих состоятельных и влиятельных людей можно определить в их желании служить обществу и улучшить климат в обществе, в важности соблюдения этики в отношениях, а также в необходимости иметь сильный характер, устойчивость и трудолюбие, и только после этого – рассчитывать на шанс и удачу (Георгиев, Стайков, Спахийски: 2012). Короткое резюме о своеобразии сложившихся представлений об успехе в болгарской культурно-исторической традиции было бы неполным без того, чтобы отметить склонность болгар рассуждать об успехе через его отрицание, а точнее, через неприятие успеха других людей, что не только находит выражение в языке (в поговорках), но получило и специальные терминологические обозначения в

выражениях „болгарский парадокс”, „болгарский синдром” (Семов 2009), „болгарская болезнь” (Хаджийски 1974).

Контекст этих рассуждений, представляющих собой различные аспекты исторически сложившейся трактовки феномена *успех* в исследуемых культурах и языках, предопределяет, на наш взгляд, необходимость поставить вопрос о ценностях (и об успехе как ценности, в частности) не только в аксиологическом ключе с указанием „положительной – отрицательной” шкалы оценки (об оценочных предикатах см. Димитрова 2009: 52), а проанализировать их с точки зрения современной, исключительно динамичной межкультурной коммуникации. Современный человек живет и работает в интернациональных коллективах, активно вовлечен в иноязычную коммуникацию. Именно поэтому при исследовании культурных концептов в сопоставительном плане и структурировании их содержания в разных языках мы считаем нужным исходить также из процессов актуализации различных семантических процессов: „семантической деривации, которая приводит к появлению новых базисных слоев в структуре концептов, смысловой модификации” (Вепрева 2002: 273). Такое исследование проведено по отношению концепта *успех* в подтверждение ценностных аспектов взаимопонимания между участниками межкультурной коммуникации с учетом возможного когнитивного диссонанса (Иванова 2012).

Далее рассмотрим ценностную составляющую концепта *успех* не в исторической ретроспективе и современном социокультурном измерении, а в лингвистическом преломлении, в зеркале его языковых репрезентаций.

Следует сказать, что в самом прототипическом понятии об успехе содержится элемент оценки (позитивной), так как успех – это *положительный* результат, *благоприятный* исход, *удачное* завершение чего-л. (*победа* в поединке, *хорошие* результаты в школе), в англ. *хороший* результат, *степень достигнутого: a degree of succeeding, a good result*), в болг.: *сполучливо* постигане на цел, *сполука* в начинание, в постигането на цел (МАС (4) 1984, БТСРЯ 1998, БТР 2002, LDCE 2001, LOD 1997, OD 1995, OWP 2007). В словарных определениях, некоторые из которых мы процитировали выше, *успех* представлен эксплицитно как позитивное явление (преимущественно в атрибутивных словосочетаниях) и имплицитно (в семантике номинативных компонентов в словосочетаниях): напр., в болгарском словарном определении: *сполука* (*успех, благополучие, добро*), в русском: *удача* (*счастье, везение, счастливый исход, успех*), *победа* (*успех, достижение*), *одобрение* (*признать уместным, добрым*), *признание* (*не отрекать добро, ценить талант и заслуги, оказывать почет*), *повысить* (*сделать больше, выше, увеличить силу или степень чего-либо*).

В ходе анализа ключевой леммы *успех* в лексикографических источниках удалось выявить три общих, универсальных компонента, присущих всем исследуемым лингвокультурам, обладающих, при этом, и национальной спецификой: 1) позитивное событие; итог, 2) результат, идея завершенности, 3) обладатель успеха (кто-то или что-то успешное). Кроме трех универсальных компонентов, удалось выявить национально-специфические. Так, в русских словарях встречается словосочетание „с успехом”, означающее ‘легко, без затруднений’. В проанализированных словарях американского и британского варианта английского языка подобной семы нет. Но там появляется другой компонент, не отраженный в русских и болгарских лексикографических источниках. Это *успех* как богатство, положение, почести (CDEA 2006, NHDAE 2003, CThAE 1999).

В реальной речевой практике носителей трех языков *успех* получает больше всего критериев для оценки и множество самых разнообразных параметрических

характеристик. Наблюдения над современной публицистикой и медийным дискурсом показывают, что **успех** имеет *количество, качество, форму, внешний вид, масштаб, уровень, степень, процентный состав, цену, вкус, виды и др., сам успех “превращается”* в критерий, показатель, тест, ориентир:

Как изглежда успехът – има ли цвят, има ли мирис? Няма цвят, няма мирис (Георгиев, Стайков, Спахийски 2012: 183).

Успехът на един живот се мери с това, дали човек е щастлив, не е нужно непременно да променя света (Георгиев, Стайков, Спахийски 2012:157).

Парите мерило ли са за успеха? (Георгиев, Стайков, Спахийски 2012: 96, 144).

Что является критерием успеха? У этой проблемы две стороны — внешняя и внутренняя (Рубинштейн 2007: 36).

Единой планки успеха нет и быть не может. Происходит это оттого, что масштаб успеха — понятие очень относительное. Настоящий успех абсолютен для любой системы координат, а не только для личной (Трунин 2006).

Данные Словаря русской идиоматики (2011) содержат 47 атрибутивных словосочетаний с лексемой “успех”. На наш взгляд, в аспекте отражения ценностного компонента исследуемого концепта, их можно условно разделить на следующие тематические группы: 1) атрибуты, описывающие размеры успеха (*большой, колоссальный, крупный, громадный*); 2) атрибуты, указывающие на неповторимость и уникальность успеха (*беспримерный, невиданный, небывалый, исключительный*); 3) атрибуты, описывающие степень эмоционального воздействия на наблюдателя (*поражительный, потрясающий, ошеломляющий, сногшибательный, впечатляющий*); 4) атрибуты, описывающие статус успеха как общественной ценности (*серьезный, солидный, стопроцентный, признанный, триумфальный*); 5) атрибуты, несущие ярко выраженные метафорические оттенки (*бешеный, бурный, головокружительный, оглушительный, сумасшедший*); 6) атрибуты, описывающие успех как нечто из ряда вон выходящее (*удивительный, фантастический, феноменальный, чрезвычайный*). При этом в русском медийном дискурсе наиболее употребительной является пара антонимов *истинный (подлинный, настоящий)* и *ложный*. Для русского человека становится принципиальным различать успех „*настоящий*” и „*ложный*”, ведь именно настоящий успех обладает ценностью.

Успех мнимый и подлинный, различать эти понятия очень важно... Подлинный успех всегда предполагает наличие внутренней удовлетворенности, идущей из глубины человеческого существа, веру в себя и в свои возможности. (Ключников 2002: 15).

Прилагательные с признаком отрицательной оценки в русском языке, в частности, включают следующие: *дурной, незаслуженный успех, пустой, незначительный*. То есть ценностная составляющая концепта **успех** в русской лингвокультуре отличается полярностью семантических признаков. Это можно объяснить исторически сложившимся скорее отрицательным отношением к исследуемому концепту в русской культуре. Тем не менее, несмотря на употребление прилагательных с отрицательной оценкой в сочетании с ключевой лексемой **успех**, следует отметить, что данный концепт в русском медийном дискурсе в широком смысле, несомненно, несет положительное значение, рассматривается как ценность, благополучие и предмет стремлений, что проявляется на уровне предложений:

Истинная успешность — это, во-первых, сплав более-менее благоприятных внешних обстоятельств, внешних условий; во-вторых, более-менее благоприятное внутреннее состояние (Ключников 2002: 189).

В английских словарных статьях употребляются самые разнообразные критерии оценки успеха: согласно вертикальной шкале (*high, low*), в количественном (*much*) и

качественном измерении (*a real success story; great, huge success*). В английском качественную оценку получает как достижение (*success*), так и субъект достижения: *doing well and becoming famous, rich*.

Успех в американском дискурсе характеризуют следующие лексемы (они перечислены в порядке количественной представленности): *great (greatest), outstanding, unusual, phenomenal, eminent, brilliant, preeminent, noteworthy, dazzling, fairy tale, fantastic, remarkable, significant, true*.

All we see are their greatest achievements. All we see are their blessings and fairy tale success that make us envious (Шилпан 2008).

Диапазон оценочных атрибутов в семантическом плане достаточно широк, тем не менее, их все объединяет сема 'выдающийся', 'выходящий за рамки обычного'. *Ycnex* оценивается как 'great', т.е. 'more than usual', или 'brilliant', т.е. 'extremely impressive', или 'fantastic', т.е. 'extremely good', или 'eminent', т.е. 'important, respected and admired', или 'preeminent' т.е. 'better or more important than anyone or anything else in a particular activity'.

В целом, обозначенные выше прилагательные характеризуются высокой степенью положительной эмоциональной окраски. Данные наблюдения свидетельствуют о том, что *ycnex* скромный или несущественный не является предметом описания в американском медийном дискурсе, данному понятию свойственна только высокая положительная оценка, так как напрямую связывается с положительными моральными установками и такими этическими концептами, обозначающими общефилософские ценности и блага, как *love, merit, glory, usefulness*.

There is but one straight road to success, and that is merit. The man who is successful is the man who is useful. Capacity never lacks opportunity (Кокрэн 2006).

Как отмечает И.А. Стернин, „американцы предпочитают агрессивную самопрезентацию, для них характерен коммуникативный оптимизм и демонстрация своих успехов” (Стернин 2001: 202), что и находит отражение в исследуемом материале (Андриенко 2009).

Ценностная составляющая исследуемого концепта проявляется на уровне словосочетаний и предложений. Так, *ycnex* может выступать предметом желаний и стремлений: *Everyone desires success in one form or another* (Сассон 2008); он может быть предметом гордости и зависти: *The same exact laws of success that have help numerous people (including myself) build a life that they can be proud of...* (Вернум 2008)

В Великобритании и Америке своеобразным индексом успеха выступает прагматическая сторона. *Ycnex* в американской и британской лингвокультурах неотделим от материальных ценностей. Основу рассуждений американцев об успехе в анализируемом типе дискурса сводятся к идее достижения финансового благополучия. Большую часть данного сегмента составляют образы и символы достатка, напрямую ассоциирующиеся с успехом. Прежде всего, сюда относятся образы, связанные с деньгами. Так, успех в американском и британском медийном дискурсе можно купить:

Those who “win” at these various schemes never find real happiness—or achieve true success. Their money could not even buy them success (Пэк 2008).

Ycnex можно измерить деньгами:

Why you are wrong to believe that the success of a person should be measured by money alone? (Вернум 2008)

Успех имеет свою цену:

To guarantee your success, set goals, decide to pay the price, and create a system that makes your success a virtual certainty (Хумберт 2001).

Помимо денежного эквивалента, другие материальные ценности также относятся к атрибутам, непосредственно ассоциируемым с успехом. К ним можно отнести: высокие доходы – *pyramiding of gains* (Вернум 2008); ценное имущество – *great assets*; большой банковский счет – *large bank account*, хороший дом и землю – *vast house and land* (Рональд 2005); шикарную машину – *too many people want Lexus* (Хумберт 2001); новый офис, оснащенный по последней моде – *Highly successful people know that a beautiful office, the right tools and equipment all work together to create a highly efficient, highly focused environment* (Хумберт 2001).

Кроме того, сам *ynex/success* рассматривается как нечто, обладающее большой ценностью, что проявляется в таких лексических сочетаниях, как: *to be rewarded with success, success comes as a reward, success is valued, worthy success, success is a gem*. Здесь следует отметить, что хотя представление об успехе как материальной ценности и находит свое отражение в русской и болгарской лингвокультурах, но выражено в значительно меньшей степени, что подтверждается статистическими данными анализа его языковых репрезентаций.

В британской речевой практике не только успех, но и его оппозиция – неуспех (и в особенности субъект, испытавший его) получают качественную оценку в словосочетаниях с прилагательными *good, bad, wrong*:

Well, I think there are actually two kinds of success: good success and bad success. Someone may seem to be successful, but there is no guarantee that it's a good success. Probably that's a bad one. Hence, it is important for us to distinguish between these two kinds of success to make sure that we are not falling to the wrong one (Смит 2004).

В связи с этим В.И. Карасик, сравнивая русскую и английскую лингвокультуры, указывает на факт принципиального отличия в них оценки субъекта, потерпевшего неуспех. Отсутствие удачи в русской лингвокультуре, пишет он, связано с обреченностью (*неудачник в жизни, по жизни, в любви, бедный, вечный, во всем*). Такие люди, указывает автор, вызывают сожаление. В английском языке *loser* осмысливается как *потерявший или проигравший состязание*, для англичан очень важно, чтобы человек мог превозмочь неуспехи с достоинством: *A good loser is a person who behaves well and does not show their disappointment when they are defeated; a bad loser is a person who complains when they are defeated*. Человек, потерпевший неуспех, не должен показывать своего разочарования и, что более важно, он не должен жаловаться. Критически оценивается неумение субъекта преодолевать трудности и неуспехи (Карасик 2004: 156). В стихотворении „If” Р. Кипплинга (1895), которое британцы считают своеобразным моральным кодексом своей нации, есть примечательные строчки про *успех /triumph/* и *неуспех /disaster/*, которые следует принимать одинаково достойно: *If you can meet with Triumph and Disaster / and treat those two impostors just the same*. (Иванова 2012: 115, 144).

Когда речь идет об “измерении” успеха, то хочется обратить внимание на интересную подробность, которая относится к метафорическому осмыслению жизненного пространства преуспевающего человека, имеющего для болгар и русских горизонтальные координаты: ‘*живея нашироко*’, ‘*жить на широкую ногу*’, а для англичан: вертикальные: ‘*to live high*’. (Иванова 2012: 159)

Итак, концептуальные признаки *успеха*, образующие ценностную составляющую исследуемого концепта и отраженные в современном медийном дискурсе, в целом совпадают с положительным отношением американцев и британцев к этому концепту, которое складывалось исторически на протяжении длительного времени. *Успех* в американской и британской лингвокультурах в ценностном аспекте отличает ярко выраженное положительное отношение и идея

соотнесенности *успеха* с базовыми ценностями и благами, в то время как концепт *успех* в русской и болгарской лингвокультурах предстает как сочетание полярных признаков.

Мы остановились коротко на некоторых примерах оценки явления *успех* в русском, болгарском, английском языках, британском и американском варианте. Они являются только частью информации о ценностных аспектах смысла, которая аккумулируется носителями этих языков в концепте *успех*. Разделяя позицию Н.Д. Арутюновой о том, что „оценки представляют собой специальный когнитивный акт, в результате которого устанавливается отношение субъекта к оцениваемому объекту, чтобы определить его значение для жизни и деятельности субъекта” (Арутюнова, 1999), мы считаем, что ценностям и формулируемым на их основе оценкам следует уделять большое внимание в процессе изучения любого языка как иностранного.

В этом видится *успех* в осуществлении межкультурной коммуникации.

Библиография:

- Адокина 2005: А д о н и н а, И.В. *Концепт успех в современной американской речевой культуре*. Автореферат дисс. канд. филол. наук, Хабаровск, 2005.
- Андрюенко 2009: А н д р и е н к о, А.А. *Концепт „успех” в американской и русской лингвокультурах*. Автореферат дисс. канд. филол. наук, Ростов-на-Дону, 2009.
- Арутюнова 1999: А р у т ю н о в а, Н.Д. *Язык и мир человека*. Языки русской культуры. Москва, 1999.
- Вепрева 2002: В е п р е в а, И.Т. *Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху*. Екатеринбург, 2002.
- Вернум 2008: V u r n u m, G a r y. *The Hidden Secret in Napoleon Hill's "Think and Grow Rich"*. Электронная книга, 2006. Режим доступа: www.vutnum.com/hiddensecret
www.vurnum.com/hiddensecret
- Георгиев, Стайков, Спахийски 2012: Г е о р г и е в, А., С т а й к о в, Г., С п а х и й с к и, Е. *Моделът на успеха 22. Или как да успяваш в България. Училище за успех*. София, 2012.
- Гришаева, Цурикова 2007: Г р и ш а е в а, Л.И., Ц у р и к о в а, Л.В. *Введение в теорию межкультурной коммуникации*. Москва: Издательский центр „Академия”, 2007.
- Гуревич 1997: Г у р е в и ч, П.С. *Философская антропология*. – *Вестник*. Москва, 1997.
- Дайнов 2010: Д а й н о в, Е. *Българите мразят богатите*. – В. „7 дни спорт”, 6.11. 2010. София.
- Димитрова 2009: Д и м и т р о в а, Ст. *Лингвистична прагматика*. София: Издателство „Велес”. 2009.
- Добротворский 2007: Д о б р о т в о р с к и й, И.Л. *Величайший секрет, как достичь успеха*. Москва, 2007.
- Иванова 2000: И в а н о в а, С. В. *О языке, культуре и культурно-языковом коде*. Germanica. Slavica. Turkica. Уфа, 2000.
- Иванова 2012: И в а н о в а, Н. *Ценностните аспекти на разбирането (концептът „успех” в българската, руската и британската речева практика)*. Бургас, 2012.
- Иваницкий 1996: И в а н и ц к и й, В. Г. *Архетипы успеха в русских народных сказках*. – В: „*Этика успеха*”, Вып. 8, 18–21. Москва, 1996.
- Карасик 2004: К а р а с и к, В.И. *Языковой круг: личность, концепты, дискурс*. Москва: Издательский центр „Гнозис”, 2004.
- Ключников 2002: К л ю ч н и к о в, С.Ю. *Фактор успеха: Новая психология саморазвития*. Москва: Беловодье. 2002.
- Кокрэн 2006: С о с к р а н, В. *Quotations*. Режим доступа: <http://www.motivatingquotes.com/success.htm>
- Левонтина 2008: Л е в о н т и н а, И.Б. *Шум словаря*. – В: „Знамя”, кн. 8, Москва, 2008.

- Маслоу 2010: М а с л о у, Е. *Мотивация и личность*. София: Кибеа. 2010.
- Михайлова, Турченко 2006: М и х а й л о в а, О.В. Т у р ч е н к о, В.Н. „Успех” как интересубъективная социально-философская категория. – В: *Инновационные процессы и технологии в современном обществе: Материалы межвуз. науч.-практ. конференции* 103–108. Архивариус Н., Новосибирск, 2006.
- Михайлова 2008: М и х а й л о в а, О.В. Экспликация понятия «успех» в американском культурно-историческом контексте. – *Вестник Томского государственного университета*. № 307, 48–50, Томск, 2008.
- Митев, Шопов, Карамихова, Майкълз 2002: М и т е в, Тр., Ш о п о в, П., К а р а м и х о в а, М., М а й к ъ л з, Д. *Българите и американците*. Под общата ред. на проф. д.и.н Ал. Фол. София, 2002.
- Панарин 2000: П а н а р и н, А.С. *Агенты глобализма*. Москва, 2000.
- Пэк 2008: Р а с к, D a v i d С. *The Laws to Success*. Электронная статья. Режим доступа: <http://www.realtruth.org/articles/141-atlts.html>
- Рифкин 2005: Р и ф к и н, Дж. *Европейската мечта*. Прозорец, София, 2005.
- Розенберг 2001: Р о з е н б е р г, Н.В. *Архитектоника успеха в культуре*. Автореферат дисс. канд. филос. наук. Тамбов, 2001.
- Рональд 2005: R o n a l d, В. С a g l e. *Your Successful Project Manager Career*. American Management Association, 2005.
- Рубинштейн 2007: Р у б и н ш т е й н, Н. *Тренинг жизненного успеха*. Москва: Эксмо, 2007.
- Русинова: Р у с и н о в а, Д. *Ценностната система на българите в контекста на американската и европейската мечта*. Электронная статья, 2006. Режим доступа: <http://www.bg-history.info/statia>
- Сассон 2008: S a s s o n, R. *Success Has Many Definitions*. Электронная статья, 2008. Режим доступа: http://www.successconsciousness.com/success_definitions.htm
- Семов 2009: С е м о в, М. *Българска народопсихология*. Том 1. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски”, 2009.
- Серебренникова 2008: С е р е б р е н н и к о в а, Е.Ф. *Аспекты аксиологического лингвистического анализа*. – В: *Этносемиотрия ценностных смыслов*. Иркутск: Издательство ИГЛУ, 2008.
- Смит 2004: S m i t h, S t e v e n В. *Money for Life: Success Planner*. Dearbon Trade Publishing. 2004. p. 174.
- Согомонов 2002: С о г о м о н о в, Ю.С. *Достижительская культура*. Москва, Электронная книга, 2002. Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/5818.html>
- Стернин 2001: С т е р н и н, И. А. С т е р н и н а, М. А. *Американское коммуникативное поведение*. Научное издание. Воронеж: ВГУ–МИОН. 2001.
- Тилкиджиев 2006: Т и л к и д ж и е в, Н. *Качество на живот и щастие: европейски ренесанс на една традиция*. – В: *Отвъд дисциплинарните (само) ограничения. (Сборник в чест на проф. Елена Михайловска)*. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски”, 2006, 122–144.
- Хаджийски 1974: Х а д ж и й с к и, И. *Оптимистична теория за нашия народ. Бит и душевност на нашия народ*. Съчинения в 2 тома. София: Издателство „Български писател”, 1974.
- Хумберт 2001: H u m b e r t, P. *Creating Systems for Automatic Success!* The Philip E. Humbert Group, Inc. 2001, USA.
- Шилпан 2008: S h i l p a n, P. *6 Essential Tips to Turn Setbacks into Success*. Электронная статья, 2008. Режим доступа: www.successsoul.com/2008/05/29/6-tips-to-turn-setbacks-into-success)

Эренбург 2006: Э р е н б у р г, Н.Р. *Концепт успех и его репрезентация в русском языке новейшего периода*. Диссертация канд. филол. наук. Воронеж, 2006.

Справочная литература

- МАС 1984: Академический словарь русского языка. Под ред. А.П. Евгеньевой, в 4-ех т. 1984. Москва: Русский язык.
- БТСРЯ 1998: Большой толковый словарь русского языка (Сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов). СПб.: Норинт, 1998.
- БТР 2002: Български тълковен речник. София: Наука и изкуство, 2002.
- Словарь модных слов (Сост. Вл. Новиков). 3-е изд., Москва: Аст-пресс книга, (Словари для интеллектуальных гурманов), 2011.
- Словарь русской идиоматики. Сочетания слов со значением высокой степени. Москва: Academic, 2011.
- CDAE 2006: Cambridge Dictionary of American English, Cambridge University Press.
- OWP 2007: Dictionary for Learners of English. Oxford Wordpower Dictionary, 2007.
- LDCE 2001: Longman Dictionary of Contemporary English. New Edition, 2001.
- NHDAE 2003: Newberry House Dictionary of American English Monroe Allen Publishers, 2003.
- OD 1995: Oxford Dictionary of Current English, Clarendon Press Oxford, 1995.
- CThAE 1999: The Cambridge Thesaurus of American English, William D. Lutz, Rutgers University, Cambridge University Press, 1999.
- LOD 1997: The Little Oxford Dictionary of Current English, Clarendon Press Oxford, 1997.

Концептът успех в ценностно и езиково измерение в българската, руската, британската и американската лингвокултура

Неля Иванова (Бургас), Анна Андриенко (Ростов-на-Дону, Россия)

В статията следваме позицията на изследователите, които смятат, че в рамките на картината на света се формира и ценностна картина на света, отразяваща „духа” на определена общност и култура. Тя има динамичен характер, защото фиксира променящите се обществени условия и потребности. Когнитивната основа на формиране на ценностната картина в езика може да бъде изследвана най-добре чрез културните концепти като единици, максимално приближени до културата и историята на хората (Карасик 2004).

Статията представя концепта *успех* в неговото ценностно и езиково измерение в 4 лингвокултури: българската, руската, британската и американската в един конкретен аспект: вербализацията на оценъчните и параметричните му характеристики (чрез атрибутивни словосъчетания) в медийния дискурс днес.

В хода на анализа на ключовата лексема „успех” според лексикографските източници бяха установени три общи, универсални за разглежданите лингвокултури компонента: 1) позитивно събитие, равносметка; 2) резултат, идея за завършеност; 3) носител на успеха (субект или обект). Обективацията на някои от тях в различните езици се характеризира с национална специфика.

e-mail: nelya_ivanova@yahoo.com
ann-andrienko@mail.ru