

УДК 81'1

«Дело» как базовый концепт в деловой картине мира (на материале деловой прессы)

Оксана Витальевна Ширяева

Адыгейский государственный университет, Российская Федерация
385000, г. Майкоп, ул. Первомайская, 208
Кандидат филологических наук, докторант
E-mail: oksana.shirayeva@gmail.com

Аннотация. В статье рассматривается одна из локальных картин мира русского языка – деловая картина мира. В качестве ее базового концепта анализируется концепт «дело». Используются методы лексикографического, когнитивного и дискурсивного анализа. Материалом исследования является дискурс деловой прессы 2000–2010 гг., а также статистические данные Национального корпуса русского языка и словарей. Автор приходит к выводу, что концепт «дело» репрезентируется лексемой «дело», а также атрибутивом «деловой», который приобрел спектр новых положительных коннотаций, что свидетельствует об актуализации и ресемантизации деловой картины мира.

Ключевые слова: дискурс; медиадискурс; концепт; деловая картина мира; деловая пресса; концепт «дело».

Введение. Один из типов дискурса, влияющих на развитие концептосферы русского языка в 1990–2010-е гг., – деловой медиадискурс, а именно совокупность текстов деловой тематики, транслируемых СМИ через технологические каналы: печать, радио, телевидение, интернет-формат («поликодовые» мультимедийные тексты). Он входит в многоуровневый дискурсивный процесс – «деловое общение», выраженный на уровнях *повседневной, официальной, профессиональной* коммуникации. В центре нашего внимания – *дискурс деловой прессы*, представляющий письменную разновидность делового медиадискурса.

Материалы и методы. Материалом исследования послужили массив деловой прессы 2000–2010 гг. («Коммерсантъ», «Деньги», «Эксперт», «D'», «РБК daily» и др.), а также статистические данные Национального корпуса русского языка и словарей. Использовались методы лексикографического, когнитивного и дискурсивного анализа.

Обсуждение. Согласно нашей гипотезе, именно в деловой прессе рубежа XX–XXI вв. под влиянием капиталистической модели жизни и экономики наблюдается процесс актуализации концепта «дело», возрастание номинативной плотности репрезентаций его ядерной лексемы. На это указывает рост количества контекстов употребления лексемы «дело», а также атрибутива «деловой», используемых не только в текстах, но и в нейминге (ср.: «Дело», «Деловая Россия», «Деловой квартал», «Деловой Петербург», «Деловые линии», «Деловой мир»). Мы рассмотрим одну из локальных картин мира русского языка – деловую картину мира, в которой базовым, дискурсоформирующим концептом является концепт «дело».

На рубеже 1990–2000 гг. окончательно формируется такая разновидность СМИ, как «деловая пресса». При этом термины / понятия «бизнес-пресса» и «деловая пресса» нередко используются как синонимичные [1], а соответствующая данному типу прессы концептосфера описывается в терминах «бизнес» и / или «экономика» (ср.: [2–4]). Однако полного семантического совпадения между русским словом «дело» и иностранным словом «бизнес» нет. Для понимания природы деловой картины мира важно, что в рамках экономической теории была сформулирована аксиология, определяющая поведение и дискурс «человека экономического» [5]: система экономических ценностей (рост капитала, прагматизм, конкуренция) из области бизнеса транспонировалась на все жизненно важные сферы. Речь идет о специфической *концептуализации* мира. Лексикографический анализ лексемы-репрезентанта «дело» позволяет выявить ключевые семы, при этом не все из них равноправно участвуют в моделировании деловой картины мира. Согласно «Русскому семантическому словарю» [6], основные значения данной лексемы таковы (в ходе

исследования мы привлекаем также наглядный материал из паремиологического фонда, «Русского ассоциативного словаря» [7], классической литературы):

1. Дело (деятельность, занятость, активность) (положит.) / безделье, праздность. Ср.: «Быть можно **дельным** человеком / И думать о красе ногтей» (А.С. Пушкин): «дельный» человек противопоставлен праздному, хотя в контексте цитаты Пушкина утверждается возможность сочетания противоположностей (что лишь подчеркивает стереотипность правила, согласно которому дело и праздность – слова-антонимы). Одна из версий характерной для данной семантической антиномии пары лингвотипажей (деловой, «дельный», *деятельный человек* vs *сибарит, гедонист, созерцатель, лентяй, тунеядец*) представлена, например, в романе И.А. Гончарова «Обломов»: это Штольц vs Обломов. В обыденном русском сознании деловитость оценивается амбивалентно. С одной стороны, сказывается наследие многовекового крепостного права, сформировавшее скептическое отношение к любой предприимчивости, поскольку плоды труда не принадлежали полностью крепостному, а судьбой его всецело распоряжался помещик. Наследие этого пассивного менталитета отчасти сохранилось и при социалистическом строе, когда собственность была государственной, следовательно, условия для материального преуспеяния были минимальными: тогда появились выражения «инициатива наказуема», «тебе что, больше всех надо» (контекстуальным паремиологическим синонимом здесь выступает поговорка «моя хата с краю»).

Феодальный уклад способствовал позитивной оценке «дела» в случаях, когда речь шла о «хозяине», управляющем имением, а впоследствии, по мере развития буржуазной экономики – о предпринимателе. Ср., например, описание патриархального мира в «Семейных хрониках» С.Т. Аксакова [8]: «дело», «деловой», «дела» – все эти лексемы употребляются в контекстах с положительной коннотацией: «Дедушка был знаток всякого **хозяйственного дела**»; «Он был озабочен, погружен в **хозяйственные дела**»; «Он был человек толковый, ловкий, и в то же время **твердый, деловой**. Все единогласно называли его **хозяином** <...> в глазах многих имел **репутацию выгодную**»; «Одним словом, **дело** удалось превосходно. В следующие два года Куролесов наделал чудеса по **устройству** имения жены своей, что неоспоримо доказывало его **неусыпную деятельность**». Положительное восприятие деловой хватки отражается в поговорках «делу время – потехе час», «конец – делу венец».

2. Официальная документация, фиксирующая состояние ведения дел в соответствии с нормативной, законодательной базой, этикой корпоративной культуры. Ср.: «деловая письменность», «деловая корреспонденция», папка «Дело №», «официально-деловой». В данном значении прилагательное «деловой» ассоциируется с жесткой регламентацией, недопустимостью «инициативы», «творчества».

3. Область юридической деятельности:

1) Дело / досье. Досье [фр. dossier букв. дело, бумаги] – совокупность документов, материалов, относящихся к какому-л. **делу**, вопросу, а также папка с такими материалами.

2) Дело / судебная тяжба, судебный процесс. Процесс в значении 'судебное дело; порядок осуществления деятельности следственных, административных и судебных органов'. Ср. в юридическом дискурсе: «**казус**» – юр. сложное, запутанное **дело**; «**кляуза**» – [польск. klauza] в одном из значений: мелкое судебное **дело**, тяжба; апелляция [лат. appellatio обращение, жалоба] – 'одна из форм обжалования судебного решения в вышестоящий суд, который имеет право пересмотреть **дело** по существу' (ср. *кассация, кассационная жалоба*). Ср.: *пока суд да дело, не тяни это дело, не затягивай дела*. Синоним «дела» в данном значении – устар. «тяжба», «тяжебное дело».

4. Дело / афера / авантюра (отриц.). Авантюра [фр. aventure] – в значении 'рискованное, сомнительное предприятие, рассчитанное на случайный успех; дело, предпринимаемое без учета реальных возможностей, напр. Военная а., экономическая а.'. **Афера** [фр. affaire] – дело. Приобрело в русском языке отрицательную коннотацию. Ср.: *провернуть дельце, сомнительное дельце, скользкое дело, мокрое дело* (дефиниции выше приведены по [9]; см. также ассоциаты «дела» в «Русском ассоциативном словаре»). Ср. также отриц.: аферист, авантюрист / делец, делег.

5. Дело как отрасль профессиональной деятельности (нейтр.): инженерное, горное, военное, бухгалтерское, издательское, ювелирное дело.

6. Синоним иностранного слова «бизнес».

Для деловой картины мира актуальны семы 1, 5 и 6: в них сконцентрированы представления о предприимчивом, инициативном отношении к деятельности (1), вовлеченности в нее, высоком уровне компетентности (5), способности вести экономически целесообразную, приносящую доход деятельность (6). Деловая картина мира – картина мира прагматика (греч. *pragma* – «дело»). Его деятельность не обязательно связана с бизнесом. В современном русском языке лексема «бизнес» ассоциируется с предпринимательской деятельностью по приумножению частного / государственного капитала, в то время как англ. «business» по охвату смыслов как раз сближается с рус. «дело», пересекаясь с ним в ряде сем [10]. Ресемантизация лексемы «дело» затрагивает в современном русском языке более широкие сферы жизни, чем в советском сознании и обществе. «Деловым», как можно судить по новым контекстам, является подход к жизни: *ко времени*, которым следует управлять («тайм-менеджмент»); *к людям* как «человеческому капиталу»; *к эмоциям*, которые должны подчиняться самодисциплине («управляй собой»). Выполнение обязательств составляет этос деловой коммуникации – нарушение кодекса чести делового человека оценивается негативно. Ср.: «С ним **нельзя иметь дело**: нарушение сроков доставки, перепутанные или вообще недоставленные товары, полное неуважение к покупателям в части обратной связи (по почте на вопросы, как правило, не отвечают), несоответствие представленной товарной базы реальному наличию товаров в продаже <...> А нам часто **приходится иметь дело** с компаниями, которые появились полгода назад и через несколько месяцев уже будут заниматься совсем другим бизнесом» (Эксперт Online. 2001.3.12).

Заключение. Итак, концепт «дело» вербализуется в ряде сем ядерной лексемы «дело», а также в атрибуте «деловой», который приобрел спектр новых положительных коннотаций, что свидетельствует об актуализации и ресемантизации деловой картины мира в таком типе медиадискурса, как «деловая пресса». Отметим перспективность его исследования в рамках лингвориторической парадигмы: на данный момент представителями Сочинской школы дискурс масс-медиа изучался только на материале других разновидностей, в других аспектах (см., напр.: [11–16]).

Примечания:

1. Голикова Л.Б. Система деловых журналов в России: особенности становления, функционирования, развития: автореф. ... канд. филол. наук. М., 2009. С. 4.
2. Томашевская К.В. Экономический дискурс современника в его лексическом представлении: дис. ... докт. филол. наук. СПб., 2000.
3. Крюков И.А. Смысловое наполнение концепта «бизнес» и его репрезентация в русском языке на современном этапе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Н. Новгород, 2012.
4. Жандарова А.В. Современный бизнес-экономический дискурс: коммуникативно-этический аспект // Известия Сочинского государственного университета. 2014. № 2 (30). С. 87-90.
5. Persky J. Retrospectives: The Ethology of Homo Economicus // The Journal of Economic Perspectives. Vol. 9, No. 2 (Spring, 1995). pp. 221-231.
6. Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений / РАН: Ин-т РЯ им. В.В. Виноградова; Под общ. ред. Н.Ю. Шведовой. М.: Азбуковник, 1998.
7. Черкасова Г.А. Русский ассоциативный словарь. М.: ИЯз РАН, 2008.
8. Аксаков С.Т. Избранное. М.: Московский рабочий, 1987. С. 29.
9. Новый словарь иностранных слов / Сост. Захаренко Е.Н., Комарова Л.Н., Нечаева И.В. М.: Азбуковник, 2003. 9
10. Крюков И.А. Смысловое наполнение концепта «бизнес» и его репрезентация в русском языке на современном этапе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Н. Новгород, 2012.
11. Ворожбитова А.А. Лингвориторические основы изучения медийного дискурса и система принципов (на примере гляцевых гламурных журналов) // Филология и журналистика: центробежное притяжение: Сб. науч. тр. Краснодар: КубГУ, 2014. С. 288-294. 10.
12. Ворожбитова А.А., Скулкин О.В. Глянцевый журнальный дискурс-ансамбль как актуальный дискурсивный процесс в лингвориторической парадигме: опыт натуралистической интерпретации // Сборник научных трудов SWorld. Материалы международной научно-практической конференции «Современные направления

теоретических и прикладных исследований '2014». Выпуск 1. Т. 22. Одесса: Купrienko С.В., 2014. №114-763. С. 49–56.

13. Ворожбитова А.А. Пермякова Н.И. Общественное языковое сознание и инновационный медиаконцепт: лингвориторические параметры анализа // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2010. №15. С. 32–37.

14. Ворожбитова А.А. Протуренко В.И. Советская аргументативная модель в официальном газетном дискурсе периода Великой Отечественной войны // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2009. №14. С. 38.

15. Зубарев С.В. Репрезентация ценностных приоритетов коллективной языковой личности в современном дискурсе прессы (на примере концепта «богатство») // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2008. №12. С. 67–72.

16. Зубарев С.В. Этносоциокультурные особенности контекстов-репрезентантов концепта «богатство» в русско и англоязычном дискурсе СМИ // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2007. №9. С. 42–51.

UDC 81'1

«Business» as a Basic Concept in a Business Image of the World (on Material of the Business Press)

Oksana V. Shiryaeva

Adygea State University, Russian Federation
Pervomayskaya St., 208 Maikop, 385000
PhD, Postdoctoral student
E-mail: oksana.shirayeva@gmail.com

Abstract: In article one of local images of the world of Russian – a business image of the world is considered. As its basic concept the concept «business» is analyzed. Methods of the lexicographic, cognitive and discourse analysis are used. Material of research is the discourse of the business press of 2000-2010, and also statistical data of the National case of Russian and dictionaries. The author concludes that the concept «business» is represented in a lexeme «business», and also in an attributive «business» which got a range of new positive connotations that testifies to actualization and resemanticization of a business image of the world.

Keywords: discourse; media discourse; concept; business image of the world; business press.