

УДК 811.161.1

**ПАРАДИГМАТИЧЕСКИЕ И ЭПИДИГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ЯЗЫКОВОЙ ЭКСПЛИКАЦИИ КОНЦЕПТА «БИЗНЕС»
В КОНЦЕПТОСФЕРЕ РУССКОГО ЯЗЫКА**

© 2012 г.

И.А. Крюков

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

krykoviliya@mail.ru

Поступила в редакцию 15.12.2011

Исследуются парадигматические и деривационные особенности языковой экспликации концепта «бизнес» в речевой практике русского общества последних лет по данным Национального корпуса русского языка. Рассматриваются процессы реификации и одушевления данного понятия, а также рефлекс стандартного и окказионального словообразования на базе слова «бизнес» в современной речи.

Ключевые слова: концепт, парадигматика, языковая экспликация, эпидигматика, реификация, одушевление, стандартное и окказиональное словообразование.

В настоящее время в лингвистической науке значительно активизировалось направление исследований, связанное с изучением концептосферы русского языка и особенностей ее языковой экспликации. Подобные исследования осуществляются в сравнительно новой отрасли в гуманитарном знании, формирующейся на стыке лингвистики и культурологии на базе антропоцентрического подхода – лингвокультурологии [1, с. 208]. Центральными научными понятиями в лингвокультурологических исследованиях являются *концепт* и *концептосфера*.

В статье вслед за З.Д. Поповой и И.А. Стерниним *концепт* понимается как основная единица ментальности, «которая в границах словесного знака и языка в целом предстает в своих содержательных формах как образ, как понятие и как символ» [2, с. 81]. Понятие концепта тесно связано с понятием *концептосферы*, представляющей собой «упорядоченную совокупность концептов народа» [3], изучение и описание которой в последнее время приобрело особую актуальность.

В связи с изменениями в социокультурных условиях российского общества, берущими свое начало с конца 80-х гг. XX в., в концептосфере русского языка последних десятилетий значительно активизировался концепт «бизнес», являющийся весьма значимым для современного национального сознания. Это подтверждается тем, что употребление слова *бизнес* отражает значительное расширение парадигматических, синтагматических и словообразовательных возможностей в сравнении с его системно-языковыми особенностями.

В данной статье исследуется специфика парадигматической и эпидигматической (словообразовательной) языковой экспликации концепта «бизнес» на языковом материале Национального корпуса русского языка (НКРЯ), представляющего собой информационно-справочную систему, основанную на собрании текстов на русском языке в электронной форме [4]. Национальный корпус представляет русский язык на определенном этапе (или этапах) его существования и во всем многообразии жанров, стилей, территориальных и социальных вариантов. Корпус предназначен в первую очередь для обеспечения научных исследований лексики и грамматики языка, а также тонких, но непрерывных процессов языковых изменений, происходящих в языке на протяжении сравнительно небольших периодов — от одного до двух столетий. Нас интересуют словоупотребления *бизнес* на временной протяженности с середины 80-х гг. XX в. до наших дней.

Парадигматические особенности языковой экспликации концепта «бизнес». В качестве особенностей языковой экспликации данного концепта на парадигматическом уровне можно выделить участие слова «бизнес» в таких семантических процессах, как контекстуальная метафоризация и метонимизация, вхождение его в контекстуальные синонимические ряды и антонимические пары, сближение с другими лексическими единицами на основе вновь возникающих ассоциативно-семантических связей и др. В настоящей работе мы ограничиваемся рассмотрением таких, на наш взгляд, показательных семантических процессов, как реификация, одушевление и разные случаи переходных явлений в области лексико-грамматических рядов.

С точки зрения принадлежности к лексико-грамматическому разряду в системе языка слово *бизнес* относится к категории абстрактных существительных, что доказывается отсутствием нормативного множественного числа, невозможностью счета, а также ограничением сочетаемости с глаголами, прилагательными и другими словами с конкретной семантикой: *заниматься бизнесом, выгодный бизнес, новости бизнеса* [НКРЯ].

Однако в когнитивной лингвистике (Дж. Лакофф, Р. Лангакер, Р. Джекендорф и др.) уже давно отмечалось, что абстрактные понятия в наивной картине мира, которую репрезентирует система естественного языка, всегда подлежат конкретно-чувственному переосмыслению. Этот процесс получил название *реификация* (овеществление абстракции). Другая сторона этого явления — *одушевление* (рассмотрение неодушевленной сущности как одушевленного объекта).

Языковая экспликация концепта «бизнес» в современной речевой практике дает нам многочисленные примеры реификации и одушевления данного понятия, что является доказательством его активного освоения в концептосфере русского языка. Так, нами обнаружены многочисленные случаи перехода абстрактного существительного *бизнес* в лексико-грамматический разряд конкретных существительных, что и является основой для реификации. Слово *бизнес* выступает в сочетании с глаголами конкретного физического действия: *соприкоснуться с бизнесом, рулить бизнесом, продать бизнес, строить бизнес* [НКРЯ]. В этом случае *бизнес* осмысливается как вещь, продукт, вообще как чувственно воспринимаемый предмет, с которым можно производить разнообразные конкретные действия.

Конкретизация (овеществление) абстрактного понятия «бизнес» поддерживается ненормативным образованием формы множественного числа по модели конкретных существительных: *Много бизнесов так и остались непроданными* [НКРЯ].

Можно отметить и случаи перехода абстрактного существительного *бизнес* в лексико-грамматический разряд вещественных существительных, когда концепт «бизнес» воспринимается как вещество, среда: *кусочек бизнеса, масса бизнеса, бизнес тает на глазах; броситься в бизнес* [НКРЯ].

Также нами обнаружено много контекстов, когда неодушевленное в системе языка существительное *бизнес* метафорически переосмысливается как одушевленное, что доказывается возможностями его сочетаемости с предикатами (глаголами и прилагательными), в чью область

применимости обязательно входит наличие одушевленного субъекта или объекта: *Бизнес униженно толпится в приемных; Это может убить бизнес; Нужно, чтобы голос бизнеса звучал громче; Контроль со стороны милиции душил бизнес* [НКРЯ].

В качестве вывода мы можем отметить, что слово *бизнес* демонстрирует значительный потенциал в области семантических приращений смысла, отсутствующих в его системно-языковой семантике, что может свидетельствовать о возрастающей значимости этого концепта в современном русском национальном сознании.

Эпидигматические особенности языковой экспликации концепта «бизнес». В числе эпидигматических особенностей языковой экспликации концепта «бизнес», отражающих иерархические связи и отношения между репрезентантами этого концепта, нас прежде всего интересует специфика образования и функционирования разных производных слов на базе исходного *бизнес* (т. е. особенности словообразовательных процессов, в которых участвует слово *бизнес*).

К активным словообразовательным процессам со словом *бизнес* следует прежде всего отнести распространенные случаи, когда под влиянием языка-источника (система английского языка, где нижеупомянутые явления весьма распространены) *бизнес* из самостоятельной корневой морфемы превращается в префиксоид: доказательством этому является наличие устойчивой словообразовательной модели для слов с этим показателем: *бизнес-руководители, бизнес-решения, бизнес-проект, бизнес-журнал* и т. д.) [НКРЯ].

При этом элемент *бизнес-* сохраняет присущую префиксоидам двойственную роль в морфемной структуре слова. В одних случаях этот элемент тяготеет к функционированию в роли корневой морфемы (в сложном слове), если употребляется в значении, близком к прямому, исходному: *бизнес-план*, то есть ‘план бизнеса’; *бизнес-процесс* — ‘процесс, происходящий в бизнесе’ и т. д. В других случаях он тяготеет к функционированию в роли приставки, приобретая десемантизированные, формализованные (воспроизводимые) значения принадлежности некоего предмета, явления к высшему классу: *бизнес-ланч, бизнес-класс, бизнес-отель* и т. д.) [НКРЯ].

Кроме этого, особенности словообразовательных процессов, в которых участвует слово *бизнес*, связаны с образованием окказионального словообразовательного гнезда, где вершина — *бизнес*.

Итак, слово *бизнес* является ядерным для формирования соответствующего словообразо-

вательного гнезда: отметим, что большинство дериватов (кроме слова *бизнесмен*), не фиксируются в словарях русского языка. Поэтому данное словообразовательное гнездо мы можем назвать окказиональным. Однако, несмотря на это, дериваты активно представлены в речевой практике русского языка, что свидетельствует о значимости концепта «бизнес» в современном языковом сознании.

К дериватам первой ступени относятся слова *бизнесмен / бизнесвумен*. Из этих слов в языковую систему русского языка в настоящее время входит только слово *бизнесмен*. Слово *бизнесвумен* словарями русского языка не отмечено. Слово *бизнесмен* образовано с помощью нерегулярного суффиксоида *-мен*, по происхождению из английского языка. В английском языке существует активная словообразовательная модель с этим суффиксом (*postman, policeman, fireman*). Эта модель проникает и в русский язык: *шоумен* и пр.

По аналогии со словом *бизнесмен* образуется окказионализм *бизнесвумен*: диахронически это слово является заимствованием соответствующего английского слова *businesswoman* и в этом плане было нечленимым. Когда же в русском языке фиксируется слово *бизнес*, заимствование *бизнесвумен* приобретает членимость. В результате этого можно говорить о таком историческом изменении в морфемной структуре слова, как усложнение: *бизнес* выделяется в качестве производящей основы и корня, а элемент *-вумен* переосмысливается как уникальный суффиксоид. Отметим, правда, что в отличие от английского языка-источника, где слово *businesswoman* носит стилистически нейтральный характер, в современном русском языке его эквивалент приобретает часто ироническую сниженную коннотацию: *У бизнесвумен уже не женское лицо; Товар пришлось купить у вымокшей под дождем 80-летней бизнесвумен с пучком петрушки* и т. д. [НКРЯ].

Также отметим своего рода смысловую асимметрию в оппозиции *бизнесмен / бизнесвумен* (по аналогии с *поэт / поэтесса*), где маркированным членом оппозиции по роду выступает существительное женского рода, так как *бизнесвумен* — это только лицо женского пола, а *бизнесмен* — слово общего рода. Указанное явление вполне соответствует духу русской словообразовательной системы — ср., например, *учитель / учительница* и пр. Это говорит о том, что слово *бизнесвумен* активно входит в речевой обиход и подлежит освоению уже по законам русской словообразовательной системы.

Не случайно дериватом второй ступени уже от слова *бизнесмен* выступает номинативная

единица, синонимичная слову *бизнесвумен*, но образованная уже по активной для русского языка словообразовательной модели, с русским суффиксом *-к-* как показателем лица женского пола (ср. *пионер / пионерка; студент / студентка; бизнесмен / бизнесменка* и т. д.). Также отметим характерное именно для русского национального сознания сниженное оценочное употребление этого деривата, в отличие от обычных русских словообразовательных пар, нейтральных в этом отношении: *пионер / пионерка* и пр. Возможно, это косвенным образом может свидетельствовать об особом отношении носителей русского языка к женщинам, занимающимся бизнесом: *Бизнесменка проспонсировала постройку церкви; Бизнесменка занималась мошенничеством по нужде* и т. д. [НКРЯ].

Еще один дериват второй ступени, прилагательное *бизнесменский*, также носит разговорный оттенок: *наш бизнесменский кукиш; бизнесменские игры, бизнесменская доля* и т. д. [НКРЯ].

Активность слова *бизнес* в русском языковом сознании подтверждается и наличием еще одного деривата второй ступени от слова *бизнесмен* — существительного *бизнесменство*. В современном русском языке суффиксальный показатель *-ств-* может выражать значение деятельности (*строительство*) и собирательности (*студенчество*). Оба этих значения реализует слово *бизнесменство*: 1) абстрактное существительное со значением деятельности: *Началось повальное бизнесменство населения; собирательное существительное 'совокупность бизнесменов': А бизнесменство, всевозможными способами уклоняющееся от налогов*. Отметим, что слово носит разговорный характер и имеет ярко выраженную экспрессивную окраску: *бесовестное бизнесменство* [НКРЯ].

Активность данного словообразовательного гнезда подтверждает и дериват третьей ступени — *бизнесменствовать*. Данное слово используется как разговорный эмоционально-экспрессивный вариант нейтрального описательного выражения *заниматься бизнесом* или *иметь свой бизнес*. Возможно, это вызвано стремлением носителей языка заполнить лакуну в словарном составе современного русского языка, где отсутствует одна коммуникативная единица для глагольного обозначения столь важного в социальном плане занятия, как *бизнес* (*дело — делать; занятие — заниматься; бизнес — бизнесменствовать*). Но при этом очевидно, что *бизнесменствовать* является стилистически маркированным в сравнении с *заниматься бизнесом*, поэтому оно не покрывает все случаи возможного употребления своего нейтрального

аналога: *В какой сфере бизнесменствует актер...; Короче, бандитствовал и бизнесменствовал всеми возможными способами* и т. д. [НКРЯ].

В качестве вывода отметим, что большинство дериватов носит ярко выраженный стилистически маркированный характер, т. е. имеет экспрессивные оттенки смысла и сниженные оценочные коннотации: это может свидетельствовать о негативном отношении к понятию «бизнес» в современном русском национальном сознании.

Список литературы

1. Маслова В.А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. М., 2001. 208 с.
2. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж: Истоки. 2003. 191 с.
3. Лихачёв Д.С. Концептосфера русского языка // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста: Антология / Ин-т народов России [и др.]; под общ. ред. В.М. Нерознака. М., 1997. С. 280–287.
4. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ruscorpora.ru/corporatat.html> (дата обращения 01.12.2011).

PARADIGMATIC AND EPIDIGMATIC PECULIARITIES OF LANGUAGE EXPLICATION OF THE CONCEPT «BUSINESS» IN THE CONCEPTUAL SPHERE OF THE RUSSIAN LANGUAGE

I.A. Kryukov

The paper deals with paradigmatic and derivative peculiarities of language explication of the concept «business» in the speech practice of the preceding ten years according to the data of the Russian National Corpus. The author describes the processes of reification and animation of this concept as well as reflections of the standard and occasional word-formation on the basis of this word in the modern Russian speech.

Keywords: concept, language explication, paradigmatic, epidigmatic, reification, animation, standard and occasional word-formation.