

---

## **БАЗОВЫЕ КОНЦЕПТЫ РОССИЙСКОГО ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА XXI В. (на материале корпуса текстов интервью)**

**Т.Е. Потапова**

Кафедра русского языка  
Тверской государственной технической университет  
ул. Маршала Конева, 12, Тверь, Россия, 170023

В данной статье рассматриваются базовые концепты современного делового человека первого десятилетия XXI в. — *БИЗНЕС (ДЕЛО)* и *ДЕНЬГИ (КАПИТАЛ, ДОХОД)*. Исследование выполнено на материале корпуса текстов интервью, коммуникативно-значимая информация в которых носит цитатный характер. Типаж интервьюируемого представлен деятелем отечественного бизнес-сообщества, обладающим активной жизненной позицией.

**Ключевые слова:** концепт, концептосфера, ментальный, картина мира, текст интервью, коммуникативно-значимый.

Общественные и экономические изменения в России первого десятилетия XXI в. настоятельно требуют пристального внимания к лингвистическому изучению ментальной картины мира социальных слоев российского общества. Особенно актуально в этом смысле изучение концептосферы бизнес-сообщества как сравнительно «молодой» страты, входящей в социально гетерогенный средний слой [3] социума, к которому относится основная масса российских деловых людей — владельцев среднего и мелкого бизнеса с востребованными в данный период продуктивными моделями экономического поведения и либеральной системой ценностей. В рамках данной статьи обратимся к базовым для концептосферы современного российского делового человека концептам — *БИЗНЕС* (3137) (1) и *ДЕНЬГИ* (2889).

**Концепт *БИЗНЕС (ДЕЛО)*.** В 1970—80-х гг. XX в. «лексема „бизнес“ толковалась в словарях как „деловое предприятие, ловкая афера и т.п. как источник личного обогащения, наживы“» [7. С. 89]. В наше время словари предлагают иное толкование данного понятия: «*бизнес* — предпринимательская деятельность, приносящая доход» [4. С. 22], «деятельность, состоящая в продаже и покупке товаров и услуг, торговля...» и «особая деятельность или место, связанные с зарабатыванием денег: магазин, фабрика» [6. С. 137—138]. Определяющими семантическими признаками являются в данных дефинициях ‘получение дохода’ и ‘коммерческий характер деятельности’.

Концепт *БИЗНЕС (ДЕЛО)* в печатных интервью, помимо традиционных современных наименований *фабрика, завод, предприятие, комбинат, хозяйство (фермерство), контора, точка (коммерческая палатка, торговый киоск), сбытовая платформа*, широко представлен заимствованиями: *холдинг, концерн, консорциум, бутик, агентство, корпорация, картель, кооператив, фирма, компания*, обобщенными наименованиями: *объединение, сеть, группа, комплекс, структура, организация, общество, представительство*. Переносные значения в названиях

крупных объединений развивают лексемы *гигант* (*мировые топливные гиганты*), *супергигант* (*гигант с многомиллиардными оборотами*), *комплекс*, *империя*, *альянс*, «*киты*» рынка, «*монстры*» рынка. Ключевыми словами, называющими объекты приложения сил предпринимателей, в текстах интервью выступают *дело*, *государство*, *структура*, *сеть*. Языковыми репрезентантами концепта *БИЗНЕС (ДЕЛО)* по материалам интервью выступают лексемы *бизнес*, *дело*, *деятельность*, *работа*, *труд*.

Семантика лексемы *бизнесмен*, в свою очередь, связана с понятиями «профессия», «профессионализм», что отражено в «Толковом словаре современного русского языка», в котором «бизнесмен» определяется как «организатор бизнеса; предприниматель, коммерсант» [9. С. 63]. Русское слово *предприниматель* семантизируется как «любой деловой человек, который действует в негосударственном секторе экономики России» [1. С. 71]. В словаре В.И. Даля зафиксировано определение, характеризующее человеческие и профессиональные качества *предпринимчивого торговца* — «склонный, способный к предприятиям, крупным оборотам; смелый, решительный, отважный на дела такого рода» [2. С. 642]. В современном употреблении слово *предприниматель* в основном сохранило свое исторически сложившееся значение, но приобрело новые коннотации. Предпринимателем именуется «лицо по свойствам характера, по социальному положению, по профессии» [5. С. 507].

Бизнесмен как субъект коммерческой деятельности в исследуемом материале представлен нейтральными наименованиями: *предприниматель*, *управленец*, *делец*, *финансист*; иноязычными заимствованиями: *бизнесмен*, *кооператор*, *коммерсант*, *олигарх*, *промоутер*, *продюсер*, *менеджер*, (*топ-менеджер*, *кризис-менеджер*), *дилер*, *джоббер*, *франчайзер*, *брокер*, *девелопер*, *фрилансер*, *отельер*, *риелтор* и др.; обобщенными наименованиями: *крупный* (*средний*, *малый*) *бизнес*, *бизнес-сообщество*, *бизнес-структура*, *бизнес-объединение*, *бизнес-среда*, *бизнес-круги*, *деловое сообщество*, *деловой истеблишмент*, *деловая среда*, *деловые круги*, *предпринимательское сообщество*, *цех*, *корпоративная структура*, *самозанятое население*, «*коммерческий пролетариат*», *участники* («*инженеры*») *рынка*, *корпоративный сектор экономики*; номинациями по характеру осуществляемых функций: *инвестиционный банкир*, *руководитель финансово-промышленной группы*, *генеральный директор HR-департамента*, *ресторатор*; номинациями, отражающими «стаж» предпринимательской деятельности: *пионер бизнеса*, *новоиспеченный бизнесмен*, *молодой предприниматель*, *новые хозяева*; *предприниматели самого первого призыва*; *стартап*; *монстр* (*акула*) *бизнеса*; номинативными сочетаниями, указывающими на принадлежность к определенной профессии: *православный предприниматель*; номинациями женщин — представительниц бизнеса: *бизнес-леди*, *бизнесвумен*, *женщина-миллионер*, *деловая женщина*, *self-made women*, *предпринимательница*, *женщина-предприниматель*; *бизнес-мама*, *бизнес-бабушка*; словосочетаниями *деловой человек*, *первое лицо компании* (Х. Хасбулатов. [www.sostav.ru/articles/2004/06/10](http://www.sostav.ru/articles/2004/06/10)); И. Федченко. [www.bagroup.ru/publishes/](http://www.bagroup.ru/publishes/)); *человек с активной позицией* (А. Дашин. РГ. № 107 (4664). 21.05.2008); *белые воротнички* (Е. Чичваркин. Изв. 14.04.08); описательными конструкциями (*те, кто имеет деньги* (Ю. Ровенский. АиФ. № 36 (1193). 03.09.2003)); *те, кто*

*набил машину* (С. Тараканов. БЖ. № 21. 26.10.2004); *тот, кто сидит на природных ресурсах; те, кто уже где-то «зарыл»* (С. Александров. БЖ. № 17. 31.08.2004); *конструкциями с причастными оборотами (социальная группа людей, занимающихся бизнесом* (И. Писарский. Со-общение. 29.08.2006); *люди, осознающие свою ответственность за преемственность традиций и ценностей* (И. Кузьменков. Со-общение. 2.09.2006); *очень здравомыслящие люди, умеющие принимать взвешенные решения* (М. Биматов. СП. 10.02.2009); *люди среднего бизнеса, успешные в своем деле* (Т. Телунец. БЖ. № 15. 03.08.2004); *люди, сколотившие капиталы на «игре в рулетку»* (О. Дерипаска. Бюллетень ВЕА. № 466. 12 марта 2006); *конструкциями с придаточными определительными: человек, который делает бизнес* (Г. Ахоян. Конкурент. № 34. 2.09.03); *человек, который сделал себя сам* (О. Батраченко. <http://www.mykapital.ru/million/erzaukin/>); *люди, которые серьезно работают в бизнесе* (Е. Шапин. БЖ. № 13. 14.07.2004); *люди, которые действительно могут влиять на мир* (С. Аношин. BizTimes.ru. 05.09.2008); *самодостаточные люди, которые хотят... развивать цивилизованное бизнес-сообщество... добиваться новых профессиональных результатов, укреплять и развивать экономику России* (К. Клименко. [www.finguildy.ru/o-gildii/intervju-s-prezidentom](http://www.finguildy.ru/o-gildii/intervju-s-prezidentom)); *люди, которые прошли большой путь в бизнесе, многое пережили и испытали* (С. Борисов. БЖ. № 19. 28.09.2004); *люди, которые создают рабочие места, сами кормят себя и свои семьи... платят налоги, формируют платежеспособный спрос на потребительском рынке, увеличивают ВВП, создают товары и услуги, которыми пользуются другие* (С. Борисов. БЖ. № 19. 28.09.2004).

Бизнес-деятели именуется как специалисты: *(со)владелец, (со)владелица, (со)владельцы (инвестор-владелец); хозяин, хозяйка, хозяйва; собственник, собственники (мелкий, крупный); создатель, производитель); управленцы (директор, президент, председатель, руководитель, специалист); промышленники, отраслевники (сырьевники) (нефтяник (нефтяные «генералы»), газовик (представители компаний, сегментирующих добывающие отрасли экономики), водочник (представитель компании по продаже спиртных напитков), гигант табачной индустрии, табачник (представитель табачной компании), пивовар (представитель пивоваренной компании). Ср.: шоколадный король (об А. Коркунове — основателе шоколадной фабрики «А. Коркунов» — НГ. № 93. 19.12.2002), хлебный король Поволжья (о Л. Тяне — владельце крупнейшей зерновой компании Поволжья «Линдек» — БЖ. № 10. 25.05.2004), огуречный король (о Т. Телунце — владельце компании «Русское поле», торгующей продуктами плодоовощной консервации — БЖ. № 15. 03.08.2004), водочный лидер (о В. Довгане, главе компании «Эдельстар» — БЖ. № 17. 01.09.2006), угольный олигарх (об О. Мисевре, президенте Сибирской угольной энергетической компании (СУЭК) — АиФ. № 52 (1157). 25.12.2002) и т.д.*

Наименования субъектов коммерческой деятельности могут быть связаны с тем, насколько близко бизнес-деятели взаимодействуют с государственными структурами («придворные» олигархи), какие позиции занимают в рейтинговых таблицах, в списке самых богатых людей России и мира, публикуемом в русской версии журнала «Форбс» (люди из «золотой сотни»).

Номинации *торговец* (2), *коммерсант*, *торгаш* ассоциируются у интервьюируемых преимущественно с «нецивилизованными» формами ведения торговли (ср.: «бизнес по-русски», «деревенский», «денежно-мешочный», «дикий», «челночный»): «...надеюсь, что меня не причислят к „торговцам“. Все-таки мы предлагаем сервис, услуги, причем — цивилизованные» (С. Тараканов. БЖ. № 21. 26.10.2004); «Я сейчас понимаю, что эти стандарты обслуживания, отношения к клиенту были заложены еще во времена „деревенского“ ведения бизнеса, когда мы торговали из контейнера» (В. Лактионова. ДК. 04.07.2005).

Новые номинативные сочетания, классифицирующие предпринимателей, эксплицируют различные аспекты ведения собственного дела, в частности новые методы в его построении: *абсолютный монобизнесмен* (В. Попов. БЖ. № 14. 18.07.2006), *фанки-бизнесмен* (Д. Файзиев. БЖ. № 19. 27.09.2005). Зарегистрировано по одному случаю употребления слов *лавочник* (О. Стецюра. БЖ. № 11. 06.06.2006), *продажник* (Д. Игумнов. Конкурент. № 33. 26.08.03). Также единичны случаи оценочных номинаций: *бизнес-гуру* (М. Привезенцев. Акция. № 1 (84). 15.02.2008), «денежные мешки», «тугие мешки» (О. Бугаева. Нижегородский предприниматель. № 30. 09.08.05). Показательны оценочные конструкции, отражающие характер и специфику ведения собственного дела. Ср.: *человек, балансирующий на лезвии бритвы* (А. Корж. Конкурент. № 4. 07.02.06), *Остан Бендер во плоти* (В. Кусакин. БЖ. № 21. 29.10.2006) и др.

**Концепт ДЕНЬГИ (КАПИТАЛ, ДОХОД).** О важности и актуальности феномена денег в жизни бизнес-деятеля свидетельствует количество словоупотреблений данной лексемы — 2889. В ходе анализа текстов интервью с бизнесменами было установлено, что в концепт *ДЕНЬГИ (КАПИТАЛ, ДОХОД)* входят наименования: *пластиковые карточки* (В. Довгань. БЖ. № 17. 01.09.2006), *кредитные карты (кредитки)*, *электронные деньги* (Ф. Мучник. ДК. 24.07.2008), *твердая валюта* (Х. Хасбулатов. БЖ. № 3. 15.02.2005), *металлические счета* (С. Зиновьева. НП. 2003. № 1), *кошелек компании* (Н. Музырей. БЖ. № 20. 11.10.2005), «*защитка*», «*демидовки*» (А. Попов. ДК. 10.01.2008), *зеленые бумажки* (О. Дерипаска. Бюллетень ВЕА. № 466. 12.03.2006), *бумажные миллиарды* (П. Андреев. [www.stockmap.ru/news/0814077805/](http://www.stockmap.ru/news/0814077805/)) и т.д.

Характер функционирующих в стране денег ярко выявляется в их контекстном окружении, ср.: *деньги честные* (О. Тиньков. БЖ. № 15. 14.08.2007), *шалые* (А. Терешок. Акция. № 18 (82). 07.12.2007), *бешеные* (Д. Босов. Вед. № 6 (2028), *грязные* (А. Давыдов. БЖ. № 7. 12.04.2005), *легкие* (О. Нестеров. ВД. № 2 (6). 2007), *очень короткие и очень дорогие* (В. Мельников. БЖ. № 8. 07.10.2002), *сомнительного происхождения; полученные нечестным путем* (А. Шатов. АиФ. № 38 (1247). 22.09.2004); *политические* (И. Лесневская. Изв. 28.02.03).

В целом ряде текстов интервью актуализируется понятие личного состояния человека, раскрывается сущность понятия *деньги* в современный период. Ср.: *деньги — это средство для достижения определенной, но обязательно светлой цели* (Р. Котельников. Конкурент. № 9. 15.03.2005); *единственный канал для доказательства себя* (Л. Константинов. КП. 27 сент. — 4 окт. 2007); *рычаг, ко-*

*торый может перевернуть мир* (Р. Рожниковский. БЖ. № 12. 22.06.2004); *независимость, средство для быстрого достижения своих целей... деньги — как ненадутые воздушные шарик: сами по себе радости не приносят* (В. Зорин. ВД. № 4 (4). 2006. С. 15—17); *инструмент жизни: возможность осуществлять личные желания, создавать новое* (В. Коуров. ВД. № 2 (2). 2006. С. 29—31); *топливо для бизнеса* (М. Попов. ВД. № 8 (12). 2007). Очевидно, что современный деловой человек начала XXI в. отнюдь не мыслит себя как индивид, занятый исключительно извлечением личной прибыли. Ср.: *«Нельзя работать, преследуя лишь одну цель — деньги. Нужно уметь вкладывать себя в то, что делаешь»* (А. Щур. Конкурент. № 41. 25.10.05); *«...обладание деньгами надо воспринимать как стремление изменить мир к лучшему»* (С. Доброневский. ВД. № 1(5). 2007), позиционирует себя как заинтересованного специалиста, для которого важнее ценностное наполнение дела.

В попытке смягчить жесткую прагматику бизнеса и изменить сложившееся в современном российском сознании редуцированное восприятие предпринимателя как *«человека с толстыми пачками денег в карманах»* (А. Стрижак. БЖ. № 15. 03.08.2005), субъекты коммерческой деятельности стремятся занять социально ориентированную позицию (ср.: *«Раньше... за глаза нас называли „эффективной машиной для зарабатывания денег“. Теперь мы хотим стать более открытой, человечной и дружелюбной компанией»* (С. Железняк. БЖ. № 18. 02.10.2007). Отметим также, что в последнее время актуализируется мысль, что деньги не главный элемент бизнеса, гораздо существеннее — человеческий капитал. Ср.: *«В нашем бизнесе главное — люди. Потому что у нас нет другого актива, кроме людей... нужно ценить умных людей... которые реально создают стоимость компании»* (Ю. Вировец. Акция. 23.11.2007).

Бизнесмены как актанты делового мира стремятся к качественно новому, социально ориентированному уровню организации своего дела, нацелены на *деятельность, работу* с доминирующими чертами непрерывного развития, активного изменения действительности.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

- (1) Здесь и далее в скобках обозначено количество словоупотреблений (СУ), вербализующих концепт. Подсчет количественного состава СУ осуществлялся на материале корпуса интервью (533 текста) общим объемом 1270 стр. (665 401 СУ) посредством команды «Найти» (меню «Правка»).
- (2) Не случайно слову *торговец* традиционно предпочиталось слово *купец*, внутренняя форма которого выделяет процесс купли, но не продажи [7. С. 98—99].

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Бусыгин А.В. Предпринимательство: Учебник. — М.: Бусыгин, 2003.
- [2] Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: Современное написание: в 4 т. Том третий. — М.: Астрель: АСТ, 2001.
- [3] Заславская Т.И. Социоструктурный аспект трансформации российского общества // Социс. — 2001. — № 8. — С. 3—11.

- [4] *Никифорова Е.Б.* Семантическая эволюция лексической системы русского языка: тенденции, векторы, механизмы: Автореф. дисс. ... докт. филол. наук. — Волгоград, 2008.
- [5] *Русский семантический словарь: Толковый слов. систематизир. по классам слов и значений. Т. 1 / Авт.-сост.: Н.Ю. Шведова и др.; Под общ. ред. Н.Ю. Шведовой.* — М.: Азбуковник: ИРЯ РАН, 1998.
- [6] *Рыбникова В.А.* Языковая концептуализация социума (на материале англ. дидакт. текстов): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. — Краснодар, 2001.
- [7] *Савельева Л.В.* Языковая экология: Рус. слово в культурно-историческом освещении. — Петрозаводск: КГПУ, 1997.
- [8] *Словарь русского языка: в 4-х т. Т. 1. — 4-е изд. испр. и доп. / Под ред. А.П. Евгеньевой.* — М.: Русский язык: Полиграфресурсы, 1999.
- [9] *Средние классы в России: Экон. и социал. стратегии: Коллектив. моногр. / Под ред. Т. Малевой.* — М.: Гендальф, 2003.
- [10] *Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия / Под ред. Г.Н. Складерской.* — М.: Астрель: АСТ, 2001.

### **СПИСОК УСЛОВНЫХ СОКРАЩЕНИЙ**

АиФ — Аргументы и факты  
БЖ — Бизнес-журнал  
Вед. — Ведомости  
ВД — Время денег  
ДК — Деловой квартал  
Изв. — Известия  
КП — Комсомольская правда  
НГ — Новая газета  
НП — Нижегородский предприниматель  
РГ — Российская газета  
СП — Современный предприниматель  
СШ — Сделай шаг

### **THE BASE KONCEPTS OF RUSSIAN BUSINESSMAN XXI C. (on material of the body text interview)**

**T.E. Potapova**

Department of Russian language, TSTU  
*Marshal Konev str., 12, Tver, Russia, 170023*

In this article are analysed base concepts modern businessperson of the first decennial event XXI c. — a BUSINESS (the DEAL) and MONEY (the CAPITAL, INCOM). The Study was run for material of the body text interview, communication-important information in which carries nature of quoting. Person in to the interview is presented by figure domestic business-community, possessing active life position.

**Key words:** concept, konceptosfera, mental picture of the world, the text of the interview, linguistic-meaningful.