

УДК 81'42 : 070

ББК 81.0

Ш 64

Ширяева О.В.

Докторант кафедры общего языкознания Адыгейского государственного университета, e-mail: oksana.shirayeva@gmail.com

Хачмафова З.Р.

Доктор филологических наук, доцент кафедры немецкой филологии Адыгейского государственного университета, e-mail: zainetas@nextmail.ru

**Концепт «проект» в деловой картине мира
(на материале дискурса деловых СМИ)
(Рецензирована)**

Аннотация:

Рассматриваются вопросы формирования российской деловой прессы как транслятора деловой картины мира в медиадискурсивном пространстве. Анализируются лексико-семантические особенности реализации концепта «проект» в дискурсе деловых СМИ в аспектах диахронии и синхронии. Установлено, что концепт «проект» вербализует семантический аспект деловой картины мира, в котором значимы семы инициативы, намерения, предприимчивости, прогнозирования.

Ключевые слова:

Медиадискурс, деловая картина мира, концепт, проект, деловая пресса.

Shiryaeva O.V.

Doctoral Candidate of General Linguistics Department, Adyghe State University, e-mail: oksana.shirayeva@gmail.com

Khachmafova Z.R.

Doctor of Philology, Associate Professor of German Philology Department, Adyghe State University, e-mail: zainetas@nextmail.ru

**Concept «project» in a business picture of the world
(from materials of a discourse of business mass media)**

Abstract:

The paper deals with the questions of formation of the Russian business press as translator of a business picture of the world in media discourse space. The authors analyze the lexical and semantic features of realization of a concept «project» in a discourse of business mass media in aspects of a diachrony and synchronism. It is established that the concept «project» verbalizes semantic aspect of a business picture of the world in which semes of an initiative, intention, enterprise and forecasting are significant.

Keywords:

Media discourse, business picture of the world, concept, project, business press.

Медиадискурс является одним из чешской полифонии дискурсов. Именно в
влиятельных в современной плюралисти- нем вербализуются базовые концепты мас-

сового сознания, а усиливающееся влияние дискурса СМИ на языковое сознание эпохи позволяет уже сегодня говорить о сформировавшейся «медиакартине» мира, о замене модели «литературоцентризма» моделью «медиацентризма» [1: 11]. Категоризация мира, осуществляемая языковым сознанием через концептосферу, исследуется в современной науке сквозь призму нескольких точек зрения – когнитивную, коммуникативно-дискурсивную, лингвокультурологическую.

В западной лингвистике акцент делается на термине «фрейм», поскольку латинское по происхождению слово *concept* отражает в европейских языках семантику абстрактного «понятия» (см. англо-американские и немецкие работы: [2], [3], [4]). В отечественной лингвистике в последние два десятилетия утвердилась категория *концепта*: согласно данной точке зрения каждый естественный язык содержит определенную систему концептов, посредством которой носители языка воспринимают, интерпретируют, систематизируют информацию, поступающую из окружающего мира.

Степанов Ю.С. разграничивает термины «понятие» и «концепт», закрепляя за первым абстрактно-мыслительные операции, а за вторым – помимо интеллектуально-отвлеченной семантики, «конкретно-ассоциативные и эмоционально-оценочные признаки» [5: 8]. Совокупность концептов составляет определенную модель реальности, которая репрезентируется через лексико-семантический фонд национального языка.

Для данного исследования методологически релевантны следующие характеристики концепта:

- комплексность бытования в культуре;
- базовая роль в формировании языковой картины мира;
- ментальная природа; аксиологическое наполнение;
- синтез образного и понятийного,

диахронического и синхронического компонентов семантики;

- полиапеллируемость (к концепту можно апеллировать посредством разных уровней языковой системы – лексики, фразеологии, синтаксических конструкций, контекста употребления);
- двухуровневость семантической структуры: *ядро* (словарные значения лексемы) и *периферия* (коннотации, детерминированные субъективно-прагматическим контекстом).

Итак, продуктом концептуализации мира национальным языковым сознанием является языковая картина мира. Носитель языка бессознательно усваивает категориальную сетку (многочисленные концептуальные поля), набрасываемую на действительность и задающую ей векторы интерпретации. Связь картины мира и медиадискурса происходит на уровне формирования и трансляции стереотипов (концептуальных оценок) массового сознания. Наиболее близко медиадискурс подходит к уровню коллективного бессознательного (внутренняя форма концептов, их ассоциативная семантика), однако не менее тесно медиатизация действительности связана с рациональным, идеологически осознанным ее освоением.

Речь идет об исторически обусловленной лингвокультурной ситуации, меняющей расстановку ценностных акцентов в языковой картине мира – выдвигающей на первый план одни концепты (например в 2000-х гг., когда активно развивается экономика, а затем следует резкий ее обвал, – это *деньги, капитал, бизнес, проект, эксперт, рынок, кризис*, в 2010-х, в период стагнации экономики и обострения политической борьбы, – это *патриотизм, либералы, блогеры, протест, единство*) и редуцирующей значимость иных (так произошло в постсоветскую эпоху с концептами *партия, народ, братство, родина, дефицит* и др.). Иными

словами, масс-медиа отражают как исторически неподвижный пласт национального сознания (универсальные концепты *добро, зло, справедливость, власть, бог, дом, душа, судьба, тоска*), так и ситуативно изменчивые, исторически подвижные. С помощью фиксации в медиатекстах высокочастотных, наделенных коллективной ценностью имен можно выявить динамику развития тех или иных концептов в медиадискурсивном пространстве.

Деловая пресса стала новым феноменом в русской постсоветской журналистике 1990-х гг.: культурно-исторически она сопоставима с дореволюционным периодом, когда активно формировалась деловая картина мира, развивалась ментальность *буржуа, дельца, предпринимателя* как нового социального типа и, соответственно, «лингвокультурного типажа» [6: 176-190]. Органы печати, отображавшие тогда запросы и интересы делового человека, говорившие с ним на одном языке, были представлены деловыми газетами «Купец», «Коммерческая газета», «Мануфактурные и горнозаводские ведомости», «Земледельческая газета», «Биржевые ведомости» (см. подробно: [7: 100-105]).

Новый этап становления деловой прессы приходится на 1990-2000-е гг., когда складываются лингвокультурные типажи *предпринимателя*, интеллектуала-либерала – представителя «креативного класса» (получившего в 2010-х гг. ироничную номинацию *креакл*), *олигарха, депутата*. Деловые издания 1990-2010-х гг., такие как журналы «Карьера», «Русский Newsweek», российские версии «Harward Business Reviews» и «Forbes», «Эксперт», «Деньги», «Власть», «Секрет фирмы», «D'», газеты «Ведомости», «Коммерсантъ» стали трансляторами деловой картины мира в медиадискурсивном пространстве. Аудитория данного типа изданий формировалась из участников и лидеров новых, рыночных, процессов экономики, а результатом многолетней либеральной позиции стало формирование ак-

тивной гражданской общности, аналогичной западному «среднему классу». В сущности, реципиент данных текстов устойчиво ассоциируется в современном русскоязычном пространстве с «элитой», а его концепты являются «дискурсообразующими» (ср.: [8]).

На протяжении двух десятилетий (1990-2000 гг.) деловая картина мира развивалась под влиянием таких тенденций: 1) оптимизм и ценности модерна (до кризиса 2008 г.) и 2) консерватизм, усиление охраняющих настроений (2010-е гг.). Если на первом этапе актуализировались такие западные ценности, как философия успешности, амбициозность, преуспеяние, накопление, новации, проектное мышление, то на втором этапе, этапе стагнации, на передний план вышли ценности традиции, патриотизма, консерватизма, солидарности, в целом сигнализирующие о реставрации советской картины мира.

«Деловая картина мира формируется к концу «лихих девяностых», на протяжении которых «бизнес» ассоциировался по большей части с криминогенными явлениями, циничной поведенческой моделью, необходимостью налаживать «дело» в условиях едва складывающейся юридической базы и экономической системы капитализма. Время «деловой картины мира» приходит в период относительной стабилизации, когда становятся востребованными процедуры диагностирования, прогнозирования экономических и политических явлений, стратегического планирования, наступает время долгосрочных инвестиций» [7: 102]. Семантические ключи деловой картины мира – прагматизм, рациональное восприятие времени, оптимизм, экспансия, конструктивность, коммуникабельность, проектное мышление. Деловая картина мира, центрирующая языковое сознание россиянина на ценностях материального преуспеяния и социальной успешности, категоризируется в концептосфере «дела», репрезентируемой через концеп-

ты «власть», «деньги», «капитал», «бизнес», «рынок», «эксперт», «успех», «потребление», «выборы», «проект».

Концепт «проект» является одним из дискурсоформирующих в деловой картине мира. Рассмотрим его основные диахронические и синхронические характеристики.

Согласно Этимологическому словарю М. Фасмера, слово «проект» («проект», тж. «проэкт») заимствовано русским языком в эпоху Петра I из немецкого языка: нем. *Projekt*, в свою очередь, восходит к лат. *proiectus* (или *proiectum*: «брошенный»). Причастие происходит от глагола *projicere* – бросать, выбрасывать вперед [9: 373]. Активное проникновение в русский язык слов из голландского и немецкого языков в петровскую эпоху связано с развитием деловой картины мира: строительство судов, заводов, развитие промышленности, банковского дела, формирование духа предприимчивости – отображало общеевропейские процессы становления буржуазного менталитета, проводником которого в государстве Российском стал враг всякой патриархальности Петр I.

В немецком языке семантическим ядром слова *Projekt* является значение разработки плана здания, строения, т.е. доминирует архитектурно-строительная семантика. Однако постепенно профессиональная сема значения расширяется за счет операций обобщения, и спектр значений «прирастает» семантикой «планирования», «разработки», «развития», «конструирования», «набрасывания», «эскиза». Ср. синонимы немецкого слова *projektieren*: *namemachen*, *entwickeln*, *ausarbeiten*, *erarbeiten*, *entwerfen* (от англ. заимств. *design* – морфологически ассимилированное *designen* и *dessinieren*), *entwerfen* (калька с лат. – *entwerfen*), *entwickeln* (*entwickeln*), *konstruieren* (*konstruieren*), планировать (*planen*), *entwerfen* эскиз (*skizzieren*). Все данные значения релевантны и для русского слова «проект» [10].

Однако каждая эпоха выдвигает

ту или иную семантическую составляющую данного слова. Так, в «Новом объяснительном словаре синонимов русского языка» (2003) слово *проект* еще фигурирует в качестве синонимичного к исконно русским *намерение*, *умысел*, *замысел*, которые отражают семантическое ядро концепта: «мысль человека о том, что человек хочет делать, и готовность прилагать усилия, чтобы сделать это» [11: 857]. Слова *план* и *проект* занимают срединное положение между указанными лексемами со значениями «мысли» о задуманном деле и лексемой *прожект*, выражающей ироничную коннотацию и заимствованной из французского языка. «Прожектер» в русском языке ассоциируется с фантазером, утопистом, с человеком, не способным воплотить «замысел», оставляющего его лишь в мыслях, устных речах или на бумаге (характерный лингвокультурный типаж, воплощающий прожектера – гоголевский Манилов).

Между тем, именно в современном русском языке слово *проект* утратило исконную негативную коннотацию и приобрело позитивную. Произошло это в дискурсе деловых СМИ и, шире, в повседневном и профессиональном деловом дискурсе. Проектное мышление стало ассоциироваться, по аналогии с архитектурно-строительным образом мысли и действий, как комплекс мер по практической реализации, а не только планированию определенного делового замысла, будь то инвестиции, строительство, запуск бренда и пр. [12].

Как и в петровскую эпоху, «деловой» менталитет, основанный на буржуазной морали накопления и преуспевания, проник к нам с Запада, через западные тексты. Вот развернутая дефиниция проекта и проектного мышления, вербализующего деловую картину мира: «Проектирование коренится глубоко в практике. С помощью составления схем, быстрого моделирования, наглядных изображений осуществляются экспериментирова-

ние, действия, представление предложений. В результате этих действий можно не только понять, в чем суть проблемы, но и узнать, в чем состоит ее решение. <...> В результате проектное мышление <...> – это не только мышление: оно включает также экспериментирование, визуализацию информации, моделирование, обсуждения, размышления. Проектное мышление – это длительная непрерывная деятельность, ключевой предпосылкой которой является то, что проблемы сложны, нечетко определены, плохо структурированы, скрыты, запутаны. Поэтому приходится прибегать к экспериментированию и к обучению в процессе работы. <...> Исполнение идеи является частью всего цикла проектного мышления» [13: 69-70].

Актуальное для деловой картины мира значение слова *проект* связано с представлением о рискованной, гибкой, креативной природе бизнес-мышления, способного строить стратегические планы, детализировать их в определенных тактиках, менять решения по ходу воплощения замысла в реальность и доводить задуманное до конечного результата. Данный ментальный конструкт идеально описывает сознание «буржуа», сформированное эпохой большого модерна, ориентированного на риск, инновации и творчество, на автономность творящего субъекта от сковывающих его инициативу профессиональных, сословных воззрений.

Развитие словоупотребления слова *проект* в отечественных СМИ шло по пути ассимиляции контекстов западной деловой прессы. Соответственно, появились такие контексты, как *инвестиционный, девелоперский, градостроительный, экономический проект, бизнес-проект*. При этом сохраняется семантическое ядро: *рациональность, планирование, расчет*. Ср. на сайте газеты «Ведомости»: Проект – «обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления капитальных вложений, в т. ч. необходимая проектно-сметная документация,

разработанная в соответствии с законодательством РФ и утвержденными в установленном порядке стандартами (нормами и правилами), а также описание практических действий по осуществлению инвестиций (бизнес-план) (ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25 февраля 1999 г.)».

Контексты словоупотребления лексемы *проект* в изученных нами материалах деловых СМИ позволяют выявить следующие нюансы семантики концепта. Так, часто употребляются позитивные атрибуции: *успешный, уникальный, перспективный, многообещающий, прибыльный, выгодный*. Его контекстуальными антонимами выступают *провальный, долгоиграющий, затратный, дорогостоящий*. Актуализируются также значения, приписываемые проекту свойства процессуальности и ее характеристик: *запустить, заморозить, претворить в жизнь, реализовать, окупиться*. Сохраняет значимость и сема «разработки», «планирования», «прогнозирования», которая вербализуется не только в соответствующей лексике, но и в грамматике будущего времени, а также в глаголах с семами намерения и долженствования. Ср.:

1. Конкурс на **разработку** организационно-правовой и финансовой модели инвестиционного проекта комплексного преобразования территории «Апраксин двор» с максимальной ценой в 20 млн руб. привлеч четырех участников, следует из материалов на сайте госзакупок. Заказчик конкурса — комитет по инвестициям. Для подтверждения квалификации участники **должны** представить копии госконтрактов на **разработку** организационно-правовых и финансовых моделей инвестпроектов комплексного преобразования территории (Ведомости. 31.03.2014).

2. Московская область объявила на прошедшей недавно в Каннах выставке недвижимости MIPIM о восьми **перспек-**

тивных направлениях **стратегического развития**. Подмосковные власти **намерены инициировать проекты** по возведению современных офисов, медцентров, гостиниц, промышленных парков, строительству путепроводов, мусоросжигающих заводов, котельных и т. д. То есть практически создать необходимую для комфортной жизни, работы и отдыха инфраструктуру. Чиновники рассчитывают на деньги инвесторов. Взамен готовы обсуждать с ними условия сотрудничества. О том, как область видит инвестиционное **развитие**, «Ведомостям» рассказал

ее министр инноваций и инвестиций Денис Буцаев (Ведомости. 25.03.2014).

Таким образом, концепт «проект» вербализует тот семантический аспект деловой картины мира, в котором значимы семьи инициативы, намерения, предприимчивости, гибкости, способности к прогнозированию перспектив, т.е. те качества поведения и образа мысли, которые связаны с лингвокультурным типажом делового человека. Наиболее широко указанный концепт реализован в дискурсе деловых СМИ, а также в повседневном и профессиональном дискурсе бизнес-элиты.

Примечания:

1. Анненкова И.В. Современная медиакартина мира: неориторическая модель (Лингвофилософский аспект): автореф. ... дис. д-ра филол. наук. М., 2012. 60 с.
2. Evans V., Green M. Cognitive Linguistics: An Introduction. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006. 830 p.
3. The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics / ed. by D. Geeraerts, H. Cuyckens. Oxford: Oxford University Press, 2007. 1365 p.
4. Ziehm A. Kognitive Linguistik heute: ein Überblick über zentrale Positionen und Konzepte. 2009. URL: https://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/fileadmin/Redaktion/Institute/Germanistik/AbteilungI/Mitarbeiter/ziem/Ziem_KognitiveLinguistikHeute.pdf
5. Степанов Ю.С. Константы // Словарь русской культуры. М.: Языки русской культуры, 2001. 288 с.
6. Карасик В.И. Лингвокультурный типаж как предмет изучения // Языковые ключи. М.: Гнозис, 2009. С. 176-190.
7. Ширяева О.В. Формирование деловой картины мира в российской деловой прессе 1990-2000-х годов // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Сер. Общественные науки. 2013. № 1 (173). С. 100-105.
8. Островская Т.А. Дискурсообразующие концепты элиты // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. 2013. № 3 (126). С. 76-82.
9. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. Т. 3. (Муза – Сят) / пер. с нем. и доп. О.Н. Трубачева. 2-е изд., стер. М.: Прогресс, 1987. 832 с.
10. Duden Online. URL: <http://www.duden.de/woerterbuch>
11. Новый объяснительный словарь синонимов русского языка / общ. рук. Ю.Д. Апресян. 2-е изд., испр. и доп. М.: Школа «Языки славянской культуры», 2003. 1488 с.
12. Громыко Ю.В. Проектное сознание: руководство по программированию и проектированию в образовании для систем стратегического управления. М.: Институт учебника Paideia, 1997. 560 с.
13. Штомпф Г. Проектное мышление – это не о размышлениях, а о действиях // Проблемы управления в социальных системах. 2012. Вып. 6, № 4. С. 68-72.

References:

1. Annenkova I.V. Modern media picture of the world: a neorhetorical model (Linguistic and philosophical aspect): Diss. abstract for the Dr. of Philology degree. M., 2012. 60 pp.
2. Evans V., Green M. Cognitive Linguistics: An Introduction. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006. 830 pp.
3. The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics/ed. by D. Geeraerts, H. Cuyckens. Oxford: Oxford University Press, 2007. 1365 p.
4. Ziehm A. Kognitive Linguistik heute: ein Überblick über zentrale Positionen und Konzepte. 2009. URL: https://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/fileadmin/Redaktion/Institute/Germanistik/AbteilungI/Mitarbeiter/ziem/Ziem_KognitiveLinguistikHeute.pdf
5. Stepanov Yu.S. Constants // Dictionary of the Russian culture. M.: Yazyki russkoy kultury, 2001. 288 pp.
6. Karasik V.I. Linguistic and cultural type as a subject of the study // Linguistic keys. M.: Gnozis, 2009. P. 176-190.
7. Shiryayeva O.V. Formation of the business picture of the world in the Russian business press of the 1990-2000 // News of higher schools. The North Caucasus region. Ser. Social sciences. 2013. No. 1 (173). P. 100-105.
8. Ostrovskaya T.A. Discourse-forming concepts of the elite // Bulletin of the Adyghe State University. Ser. Philology and the Arts. 2013. No. 3 (126). P. 76-82.
9. Fasmer M. Etymological dictionary of the Russian language: in 4 v. V. 3. (Muse – Syat) / transl. from German and enlarged by O.N. Trubacheva. The 2nd ed., ster. M.: Progress, 1987. 832 pp.
10. Duden Online. URL: <http://www.duden.de/woerterbuch>
11. New explanatory dictionary of synonyms of the Russian language / general ed. by Yu.D. Apresyan. The 2nd ed., revised and enlarged. M.: Shkola «Yazyki Slavyanskoy kultury», 2003. 1488 pp.
12. Gromyko Yu.V. The design thinking: a guide on programming and projecting in education for the systems of strategic management. M.: Institute of the textbook Paideia, 1997. 560 pp.
13. Shtompf G. The design thinking; it is not about reflections but about actions // Problems of management in social systems. 2012. Iss. 6, No. 4. P. 68-72.