

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «ВРЕМЯ» В ЕСТЕСТВЕННОЙ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Е.С. Золотова

Статья посвящена описанию особенностей репрезентации концепта «время» в текстах естественной письменной речи социально-профессиональной группы предпринимателей. Автор рассматривает разнообразные лексические средства, используемые представителями бизнес-сообщества для номинации темпоральных представлений в спонтанно созданных письменных текстах.

Ключевые слова: предприниматель; естественная письменная речь; концепт; время.

За любым текстом стоит концептуальная система, представленная важными для его понимания знаниями, оценками и суждениями. Несмотря на имеющиеся сегодня различия в понимании концепта, ученые единодушны в том, что концепт включает в себе знание, сформированное под влиянием множества факторов. Одно и то же слово в сознании конкретных людей может соотноситься с разными ментальными конструктами. Степень различий будет находиться в прямо пропорциональной зависимости от разницы в воспитании, образовании, образе жизни людей, их опыте, месте проживания и среды, в которой происходил процесс социализации.

В основе концепта, по мнению ряда ученых, лежат три важнейших составляющих: понятийная, ценностная и образная, которые определяют его связь с языком, культурой и сознанием индивида. Как отмечает

Н.Н. Болдырев, «структура и содержание различных концептов <...> выявляются через значения языковых единиц, репрезентирующих данный концепт, их словарные толкования, речевые контексты» [1, с. 26].

На основании когнитивного анализа спонтанно созданных текстов, принадлежащих предпринимателям, было выявлено, что одним из частотных концептов, получивших многообразную репрезентацию, стал концепт ВРЕМЯ [3, с. 46–47]. Имя данного концепта представлено лексемой «время», она же является наиболее часто употребляемой для номинации номинацией («*время – деньги*»; «*денег мало заработаем, а время много потеряем*», «*время – деньги, не резинь меня, я в холостую не буду*», «*время – бабки, не тяни*», «*времени нет на это, думай другое что-то!!!! ????? думать времени тоже нет*»), но кроме своего имени концепт ВРЕМЯ в естественной письменной речи предпринимателей репрезентирован и другими лексическими единицами.

О цикличности восприятия времени предпринимателями свидетельствует активное использование в созданных ими текстах естественной письменной речи соответствующих лексем («*вчера деньги на счет упали*»; «*еврики вечером обменяю и добро пожаловать в командировку!*», «*утром деньги придут, с расчетом, Галя, пусть не тянет*»; «*бабосики сегодня же обналичь с вебмани или с яндекс кошелька и расчитай копирайтеров*»; «*\$ давно нет в бюджете, утром звонила – извиняются, так и говори клиентам*»; «*днем надо заехать к ним, попросить и посмотреть что да как*», «*сегодня есть деньга, завтра не известно!!*»; «*сегодня на счете пусто, не отгружай им, ждем до завтра, я ушел*»; «*вечером уже никого, звони и звони им в течение дня!!*»; «*сегодня посмотреть, утром отзвониться или вечером, но на ящик*»; «*пусть они вечером деньги, мы утром, может, стулья*»; «*бабосы сегодня*»; «*зелень в банк. ячейку сразу с аэропорта*»).

Концепт ВРЕМЯ, кроме общеупотребительных слов-конкретизаторов (сегодня, завтра, вчера, утром, днем, вечером), может быть объективирован в текстах графически – при помощи символов и схем (циферблат часов, t и др.). В замене лексемы специальным символом, на наш взгляд, проявляется тенденция к экономии усилий, затраченных на написание текстов, при этом экономится время.

Концепт ВРЕМЯ является базисным, универсальным, ключевым культурным концептом, который репрезентирует картину мира человека. Концепт время находится в фокусе исследовательского интереса Н.Д. Арутюновой, Н.Г. Николаевой, Ю.С. Степанова, О.Г. Чупрыной, В.Е. Щербины, Е.А. Нильсон и некоторых других отечественных и зарубежных исследователей.

Формирование опосредованного индивидуальным сознанием человека представления о субъективном времени – обязательное условие для становления и развития сознания человека.

Частотность появления концепта ВРЕМЯ в текстах естественной письменной речи представителей бизнес-сообщества свидетельствует об акту-

альности выражаемых им смыслов для соответствующей профессионально-корпоративной среды. Концепт ВРЕМЯ является доминантой в сознании предпринимателей. Рассмотрим концепт ВРЕМЯ более подробно.

Обращаясь к историческому аспекту языка, можно заметить, что лексема «время» в русском языке произошла от основы **vertmen*, которая родственна словам «вертеть», «веретено». Исходное значение слова может быть определено как «возвращение», «вращение», подразумевающее чередование дня и ночи. Этимологическое значение свидетельствует о связи идеи времени и повторяемости, цикличности. Этот вывод не согласуется с тем, каким время видят современные предприниматели.

Время воспринимается и осмысливается предпринимателями как ограниченный ресурс. Использование этого концепта позволяет судить о явной ориентации предпринимателей на утилитарно-прагматический стиль мышления. Своеобразие данного стиля проявляется в представлении о линейности и необратимости времени (*«сегодня есть деньга, завтра не известно!!»*; *«пусть они вечером деньги, мы утром, может, стулья»*). По мнению Е.И. Головановой, такое время является антропологическим, отражает привычное течение жизни человека [2, с. 77].

В традиционной культуре время в меньшей степени осознается в качестве невозполнимого ресурса, отношение к нему не только утилитарное, но и философское. Целесообразно говорить о трех определяющих признаках времени: «направленность, последовательность и динамичность» [2, с. 77].

Являясь ядерной составляющей языковой картины мира предпринимателей, время осмысливается ими не только как отрезок бытия, но и как важнейший невозполнимый ресурс, посредством которого бизнесмен может значительно улучшить качество своей жизни.

В сознании людей время теснейшим образом связано с какими-либо событиями, поэтому оно может и должно быть рассмотрено как событийное. В этом случае мы будем говорить о времени конкретном. События происходят в определенный час/день/месяц/год и пр. Отсюда следует, что время дискретно, в сознании людей оно может восприниматься как дробное.

В текстах естественной письменной речи предпринимателей конкретное дискретное время репрезентировано лексемами **дата, неделя, месяц, год** (*«в этом месяце внимательно смотри за ними»*, *«в прошлом месяце было побольше»*, *«что за дата?»*, *«до 9 ноября сроку, некогда, некогда!!»*, *«там всего ничего до июля осталось, а договор продлевать не будут, с чем останемся, ты начни смотреть, видишь, говорит, что в Уфе, в Норильске хотели бы с нами, ты проверь»*, *«3 марта звонили»*, *в 2008 было это же»*, *«я даже не думаю, за 14 год та же картина»*).

Время выступает важнейшей культурной константой любого общества, находящейся на пересечении физических и духовных представлений человека о мире, о своей жизни. То, каким образом явление преломляется в сознании человека, во многом определяется национальным образом мыш-

ления. Не случайно в естественной письменной речи предпринимателей получают отражение не только особенности сознания, сформированные под воздействием профессиональной деятельности, но и черты, предопределенные русской ментальностью. В бизнес-дневнике одного из предпринимателей зафиксировано следующее характерное высказывание, являющееся ярким представлением о темпоральном опыте представителей бизнес-сообщества: «деньги я еще заработаю, а утраченное время уже не вернуть». Бизнесмен воспринимает время как важнейшее средство для зарабатывания денег. Даже те российские предприниматели, период социализации которых протекал в условиях, не связанных с рыночной идеологией, занимаясь коммерческой деятельностью, переориентировались на прагматический, инокультурный стиль мышления.

Библиографический список

1. Болдырев, Н.Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики / Н.Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 18–36.
2. Голованова, Е.И. «Мыслящий дух» народа в языковых образах времени / Е.И. Голованова // Русская речь. – 2010. – № 1. – С. 76–81.
3. Золотова, Е.С. Связанные концепты в текстах естественной письменной речи предпринимателей / Е.С. Золотова // Мир русского слова. – 2012. – № 4. – С. 44–48.