

УДК 81'1'42

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОНЦЕПТА «ENTREPRENEURSHIP»

АКБЕРДИН Ильдар Равильевич

студент

Научный руководитель: САТИНА Татьяна Васильевна

кандидат филологических наук

доцент кафедры иностранных языков и межкультурной коммуникации

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

г. Москва, Россия

Статья посвящена лингвопрагматическому анализу концепта «entrepreneurship» в различных лингвокультурах. Цель статьи – выявить, какие дополнительные образы могут возникать у концепта «entrepreneurship» в русскоязычной и англоязычной лингвокультуре. В процессе написания статьи были использованы методы лексикографического исследования и компонентного анализа концепта, а также описательный, сопоставительный методы, метод анализа и обобщения. Основными образами концепта entrepreneurship являются «риск», «авантюра», «способность создавать», «возможности», «предприимчивость», «практичность», «время».

Ключевые слова: концепт «entrepreneurship», англоязычная лингвокультура, русскоязычная лингвокультура, семантика, образ.

Ключевым термином когнитивистики является «концепт» [4]. Изучение концептов в отечественной когнитивистике началось с первой половины XX в. С. А. Аскольдов – Алексеев пишет о концепте как об образовании, возникающем в ходе мыслительной деятельности и замещающем несколько предметов одной категории [1]. Различные ученые предлагали свои определения, оставаясь в рамках дискурса мыслительной деятельности человека и его представлениями о мире. Так, Л.В. Базарова в своей статье «Понятие концепт в когнитивной лингвистике» [2] говорит о концепте как о понятии, связанном с индивидуальным представлением человека об окружающей действительности. Д.Р. Валеева представляет компиляцию нескольких методов изучения концептов, среди которых: метод лексикографического исследования, компонентный анализ, словообразовательный анализ, исследование внутренней формы слова, и др. [3] Используя методы лексикографического исследования и компонентного анализа, нами проанализирован концепт «entrepreneurship», а также выведены некоторые интересные закономерности и тенденции.

Обратившись к этимологическому словарю, мы обнаружили, что понятие «entrepreneur»,

которое на русский язык можно перевести как «предприниматель», появляется в английском языке в XVIII–XIX вв. Оно было образовано от французского слова *entrepreneur*, которое в свою очередь образовано от старофранцузского *entreprendre* (*entre* – от фр. между; *prendre* – принимать). Изначально слово имело значение «авантюрного настроения», и лишь позже слово начали относить к миру бизнеса.

Семантика авантюры, возможностей и риска остается и в современном концепте *entrepreneurship*. Так, словарь английского языка *Oxford Dictionary* дает следующее определение этому слову: «the activity of making money by starting or running businesses, especially when this involves taking financial risks; the ability to do this». Принимая во внимание историю концепта «entrepreneurship», можно увидеть, что слово *entrepreneurship* в сознании человека, говорящего на английском языке, имеет следующие образы: «риск», «авантюра», «способность создавать», «возможности».

Слово *entrepreneurship* начало активно употребляться в начале XX в. с развитием индустриализации и переходом к новым экономическим отношениям, в конце XX – начале XXI в. частотность употребления этого слова выросла многократно. Можно предположить,

что в это время в сознании людей формируется данное понятие в современном значении.

В концепт entrepreneurship (рус. предпринимательство) входит понятие entrepreneur (рус. предприниматель). В Толковом словаре русского языка С.И. Ожегова [5] мы можем найти дополнительную информацию о концепте entrepreneurship: ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ. 1. Владелец предприятия, фирмы, а также вообще деятель в экономической, финансовой сфере. 2. Предприимчивый и практичный человек. Таким образом, в русском языке концепт entrepreneurship включает в себя и такие семантические элементы, как «предприимчивость» и «практичность».

Понятийный элемент концепта включает

признаки, актуальные только для некоторых групп в обществе – пассивные признаки. В концепте entrepreneurship таким признаком является важность времени для предпринимателя. Также «время» можно рассматривать как еще один образ данного концепта.

Нами был проведен анализ концепта entrepreneurship в рамках двух лингвокультур: русскоязычной и англоязычной. В ходе исследования мы выяснили, что основными образами данного концепта являются: «риск», «авантюра», «способность создавать», «возможности», «предприимчивость», «практичность», «время». Также нами были приведены сведения, позволяющие понять исторический контекст формирования данного концепта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аскольдов С.А. Концепт и слово // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. – М.: Academia, 1997. – С. 276-279.
2. Базарова Л.В. Понятие концепт в когнитивной лингвистике // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2010. – № 4. – С. 1-3.
3. Валева Д.Р. О методах исследования концепта // Филологический аспект. – 2018. – № 1. – С. 6-12.
4. Горянова Л.Н. «Концепт» в когнитивной лингвистике // Актуальные вопросы современной науки. – 2010. – № 16. – С. 254-262.
5. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. – URL: <https://slovarozhegova.ru/> (дата обращения: 21.03.2025).

PRAGMATIC FEATURES OF THE CONCEPT «ENTREPRENEURSHIP»

AKBERDIN Idar Ravilevich

Student

Scientific Supervisor: **SATINA Tatyana Vasilyevna**

Candidate of Sciences in Philology,

Associate Professor of the Department of Foreign Languages and Intercultural Communication

Financial University under the Government of the Russian Federation

Russia, Moscow

The article is devoted to the linguistic and pragmatic analysis of the concept of "entrepreneurship" in various linguistic cultures. The purpose of the article is to identify what additional images may arise from the concept of «entrepreneurship» in Russian-speaking and English-speaking linguistic culture. In the process of writing the article, the methods of lexicographic research and component analysis of concepts, as well as descriptive, comparative methods, the method of analysis and generalization were used. The main images of the entrepreneurship concept are «risk», «adventure», «ability to create», «opportunities», «entrepreneurship», «practicality», «time».

Keywords: the concept of «entrepreneurship», English-language linguoculture, Russian-language linguoculture, semantics, image.