

## ГЕШТАЛЬТНОЕ СТРУКТУРИРОВАНИЕ КОНЦЕПТА БИЗНЕС КАК СПОСОБ ОСМЫСЛЕНИЯ ДАННОГО ФРАГМЕНТА МИРА В АМЕРИКАНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

В данной статье предлагается гештальтное структурирование концепта БИЗНЕС как способа осмысления данного фрагмента мира в американской лингвокультуре. Гештальт-структуры, которые имеют прототипическое представление, позволяют выявить различные аспекты концепта БИЗНЕС.

**Ключевые слова:** метафорическое осмысление, концептуальные гештальт-структуры, концепт, когнитивная карта, смысл.

Методика изучения культурных доминант в языке являет собой систему исследовательских процедур, направленных на раскрытие смыслового наполнения концепта. Наблюдение контекстуальных употреблений единицы, номинирующей такую реальность, как бизнес, в американской лингвокультуре явилось одним из способов экспликации различных сторон рассматриваемого концепта.

В процессе исследования фактического материала нам показалось актуальным и уместным выделение концептуальной гештальт-структуры, имеющей прототипическое представление. О роли «лингвистических гештальтов» в языковой концептуализации картины мира говорит Дж. Лакофф в своей работе «Лингвистические гештальты» [1]. Основная идея ученого заключается в том, что мышление, восприятие, эмоции, процессы осознания, деятельность человека и язык можно организовать в категории – гештальты [1, с. 359]. Гештальты определяются как одновременно целостные и анализируемые структуры, а также их можно разложить на составляющие компоненты. Метафорические структуры-гештальты позволяют более широко проникнуть в суть концепта, т. е. в осмысление человеком, спроецированного фрагмента мира и обнаружения «образов содержания знака» [1, с. 360]. Множества метафорических структур, которые лежат в основании мыслительных процессов, формируют «когнитивную карту» [2, с. 89] концептов, позволяющую осмыслить окружающую действительность. Также когнитивная карта слова, по мнению Е.С. Кубряковой, отражает наиболее употребительные контексты слова или определяет различные направления, по которым преобразуется семантика данного слова. Следует также отметить работы Л.О. Чернейко, посвященные лингвофилософскому анализу абстрактного имени [3]. Предлагаемый ею метод концептуального анализа абстрактного имени базируется на буквальном прочтении, в первую очередь, узуально сочетающихся с ним глаголов физического действия [3, с. 299], а также и на прочтении атрибутивных сочетаний исследуемого имени. Из поверхностной сочетаемости лексических единиц обыденного языка выявляются их глубинные проекции: ассоциативные контуры, так как очевидно, что концепт имени должен структурироваться и моделироваться с опорой на обыденные представления носителей языка.

---

\*© Гусева Э.Ю., 2011

Гусева Элла Юрьевна (ella.guseva@mail.ru), кафедра иностранных языков Оренбургского государственного института менеджмента, 460038, Российская Федерация, г. Оренбург, ул. Волгоградская, 16.

В данной статье была предпринята попытка метафорического осмысления концепта БИЗНЕС путем экспликации гештальтных структур из сочетаний имени BUSINESS. На наш взгляд, метафорическое осмысление исследуемого концепта позволит выявить структуру концепта, определить, какие идеи или смыслы аккумулирует данный концепт.

Очевидно, что в языковом сознании носителей языка закрепился целый блок информации о данном объекте, который мы и попытаемся эксплицировать. Обыденные представления носителей языка о концепте БИЗНЕС обнаруживаются в популярных американских журналах, газетах, профессиональной литературе и из обсуждений на форумах интернет-порталов. Эти материалы послужили для выявления гештальт-структур и установления смысла сочетаний с именем BUSINESS. Как же видится бизнес представителям американской лингвокультуры?

Согласно нашему материалу сочетания имени BUSINESS разнообразны. Мы обратили внимание на многочисленные нетривиальные глагольные сочетания с данным именем. Можно выделить ряд гештальтов, которые ярко актуализируются в концептуальной системе американской лингвокультуры.

1. *«Business feels»* – «бизнес чувствует». Данное словосочетание высвечивает наиболее частотный гештальт персонификации BUSINESS IS A HUMAN BEING / A LIVING BEING – «бизнес – человек / живое существо». Бесспорно, чувствовать может только человек и животное. Подобные ассоциативные контуры вырисовываются при прочтении других глагольных словосочетаний и сочетаний имени BUSINESS с различными лексическими единицами. Например, *business thinks, business makes decisions, business fears, business dreams of, face-to-face contact with the business, the life of a struggling business, pockets of business, image of business, business appeared healthy, business folk, big business is the bad guy* и др. Данные примеры метафорических сочетаний иллюстрируют персонификацию бизнеса. Бизнес, как человек думает, принимает решения, боится, борется, может быть здоровым или больным.

2. *«The romance of business»* – «романтическое начало в бизнесе».

*«Of course now that I'm selling spaghetti sauce (with Newman's Own), I begin to understand the romance of business...»* [www.smallbusinessforums.org]

*«We appreciate your business»* [www.amanet.org].

*«The concept of love in business is not a new one»* [www.businesscase.com].

*«Love in business means decisions and conducting oneself in a way that cares people and the world we live in»* [www.businesslife.com].

*«The man who doesn't work for the love of his business»* [4, p.14].

*«I love business. I love helping urban community grow»* [www.saleshelo.us] ].

Из приведенных примеров можно отметить, что бизнес способен вызывать чувство любви, трепетного отношения со стороны владельца или тех, кто вовлечен в бизнес-деятельность. Следовательно, выявляется несвойственный неодушевленной сущности гештальт – BUSINESS IS LOVE – «бизнес – любовь». Проанализированный нами фактический материал, подтверждает присутствие данного гештальта в когнитивной карте концепта БИЗНЕС.

3. Мы пришли к заключению, что для американского бизнесмена на современном этапе недостаточно просто запустить свой бизнес и получать прибыль, он делает свое дело страстно и самоотверженно. Следующие примеры подтверждают существование гештальта BUSINESS IS PASSION – «бизнес – страсть»:

*«We want passion for our business»* [5, p. 53].

*«If you are passionate about your business...»* [6, p.173].

*«If you lose your passion, the business is doomed»* [6, p. 105].

*«Why your business should be your Passion»* (заголовок статьи).

[www.articledashboard.com].

4. Бизнес может захватить владельца настолько, что он/она рассматривают его как партнера для заключения брака:

«*Business owners are married to their business*» [www.amanet.org].

«*I'm so grabbed with my business, that I have no time to date an ideal girl, so I'm thinking of marrying to my business*» [www.business.gov]. Таким образом, выявляется гештальт BUSINESS IS A PARTNER – «бизнес – партнер».

5. Многие американцы рассматривают бизнес как заветную мечту, которую хотелось бы осуществить, поэтому они готовы преодолевать любые трудности для осуществления своей мечты. Следовательно, можно выявить гештальт BUSINESS IS A DREAM – «бизнес – мечта».

«*We opened up business because it's an American dream*» [www.state.com].

«*How to figure out what dream business to start up*» [www.cnsnews.com].

«*Perhaps you can make this as your starting point, which you can use to earn the capital you need for your dream – business*» [www.businessweek.com].

«*...to make their business dream come true*» [www.womeninbusiness.com ].

6. Поскольку американцы в большинстве своем все делают с удовольствием, то и бизнес они рассматривают как увлекательный процесс. Например:

«*Business would be a lot more fun*» [www.businesslife.com ].

«*Green business can really take you down some funky, risk – reducing, profitable paths*» [4, p. 130].

«*Business has to be fun and everyone can tell you how lucky you are in business*» [www.businessquotes.com/Richard Branson].

Совершенно очевидно, что гештальт BUSINESS IS PLEASURE – «бизнес – удовольствие» присутствует в смысловом образе концепта БИЗНЕС.

7. Ведение любого бизнеса всегда сопряжено с беспокойством и преодолением препятствий. Здесь выявляется гештальт BUSINESS IS A HEADACHE – «бизнес – головная боль». Следующие примеры подтверждают наличие названного гештальта в структуре данного концепта.

«*Why Modern Business is bad for your Mental Health?*»

[www.harvardbusiness.org].

«*They have not created a business but rather a headache for themselves*»

[6, p. 170].

«*Business faces high fees and obstacles*» [www.businesslife.com].

«*All of these people can point out problems your business may make for your family and personal life*» [7, p. 44].

8. Достаточно прочно в сознании американцев укрепилась идея, что бизнес – это игра в экономической сфере, и если вам не повезло, значит, были плохо подготовлены к игре. Как и в любой игре, в бизнесе есть победители и побежденные. Американский социолог Абель писал, что бизнес можно считать своего рода спортом, в котором воля к победе, умение играть в команде приводят к успеху, который выражается уже не в очках и голах, а в долларах. Умение «play ball» – это фундамент успеха в бизнесе [www.historicus.ru/delo\_ameriki\_bisnes]. Следовательно, гештальт BUSINESS IS A GAME – «бизнес – игра» занимает свое место в когнитивной карте концепта БИЗНЕС.

«*The gambling known as business looks with austere disfavor upon the business known as gambling.*» [www.quatationsabout.com/ business/ Ambrose Bierce]

«*If you play long enough in business you get what you deserve: bad or good*» [www.coolcompaniesmag.com ].

«*I viewed it as a business, but I always viewed it as a game*» [8, p. 105].

9. Интересным нам представляется гештальт BUSINESS IS A SAVIOR OR CONTRIBUTOR — «бизнес — спаситель». Данный гештальт подтверждает значимость концепта БИЗНЕС в американской лингвокультуре, поскольку, бизнес сектор вносит огромный вклад в дело развития и процветания всего американского общества. Роль бизнеса признается и высоко ценится общественностью страны в целом. Например, фраза: «business nurtures our souls» [8, p. 135] — «бизнес опекает/защищает наши души» иллюстрирует влияние успешно развивающегося бизнеса на укрепление духа американской нации. Следующий ряд примеров подтверждает эту мысль.

«**Business is a means of healing human and natural community**»

[www.businesslife.com].

«*Business contributes to happiness in all its forms*» [9, p. 125].

«... *the benefits provided by business: jobs and contributions to the market place*» [www.businesslife.com].

10. BUSINESS IS CHALLENGE — «бизнес — это трудное дело, требующее усилий» — еще один достойный внимания гештальт, который выявляется в ходе анализов следующих примеров:

«*To succeed in business is challenging*» [6, p. 190].

«*Business is complicated*» [4, p. 117].

«*Starting a small business would be nuts to try*» [www.cnsnews.com].

«*It's hard enough to survive in business*» [www.businesslife.com].

«...*but doing business can be very challenging due to the scale of the operations*» [www.smallbusinessballs.com].

«...*but business requires concentrated effort*» [www.smallbusinessballs.com].

Таким образом, посредством экспликации гештальтных структур, выводимых из сочетания имени BUSINESS, мы попытались раскрыть те представления о бизнесе, которые прочно закрепились в лингвокультуре американского этноса. Подобно тому как дефиниционный анализ выделяет основные прототипические признаки концепта БИЗНЕС, его семантическую наполняемость, концептуальный анализ выявляет прагматические компоненты (гештальт-структуры), повторяющиеся в концептах разных имен и обуславливающие прагматическую форму имени. На наш взгляд, выявленные гештальты обогатили представления о концепте БИЗНЕС. Через буквальное прочтение сочетаний имени BUSINESS с глаголами, двух имен, имени и атрибута мы получили картину физического опыта взаимодействия человека с окружающей действительностью и определили специфику категоризации мира, которая вбирает в себя все добытые американским этносом знания об исследуемом нами объекте — бизнесе. Гештальт-структуры как смысловые образы концепта БИЗНЕС передают представления американцев о данной сущности, которые складывались исторически на протяжении длительного периода времени их становления как этноса, и отражают национально-специфическое отношение к данному фрагменту действительности.

#### Библиографический список

1. Лакофф Дж. Лингвистические гештальты // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1981. Вып. IX. С. 350–368.
2. Кубрякова Е.С. Об одном фрагменте концептуального анализа слова *память* // Логический анализ языка. Культурные концепты. М., 1991. С. 85 – 91.
3. Чернейко Л.О. Лингво-философский анализ абстрактного имени. М., 1997. 320 с.
4. Grunder Jr. The nine super simple steps to entrepreneurial success. Gatekeeper Books, 2002. 185 p.
5. Slywotzky A. How digital is your business. New York: Crown Business, 2002. 317 p.

6. Sher B. How to make money out of thin air. New York: Penguin Group, 2002. 212 p.
7. Hellyer P. Jobs for all. Methuew, 1984. 233 p.
8. Jacocca L. Where Have All Leaders Gone. New York: Scriber, 2008. 272 p.
9. Westbrook P. Math smart for business. New York, 1999. 215 p.

*E. Yu. Guseva\**

#### **THE GESTALT STRUCTURAL METHOD OF THE CONCEPT BUSINESS COMPREHENSION IN THE AMERICAN LINGUOCULTURE**

The gestalt structural method of the concept BUSINESS comprehension in the American linguoculture is devoted to the semantic(sense) content development of the concept. Gestalt structures, which have some prototype representations enable to reveal different aspects of concept BUSINESS.

**Key words:** metaphorical comprehension, conceptual gestalt-structures, concept, cognitive card, sense.

---

\* *Guseva Ella Yurievna* (ella.guseva@mail.ru), the Dept. of Foreign Languages, Orenburg State University of Management, Orenburg, 460038, Russian Federation.