

УДК 811

10.00.00 Филологические науки

**ИНОЯЗЫЧНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ  
В АССОЦИАТИВНОМ ПОЛЕ КОНЦЕПТА  
БИЗНЕС (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО  
ЯЗЫКА)**

Митяева Анна Павловна  
аспирант, старший преподаватель  
РИНЦ SPIN-код 6864-0580  
[mitja2004@inbox.ru](mailto:mitja2004@inbox.ru)

*Национальный исследовательский Томский  
политехнический университет, Томск, Россия*

Статья написана в русле современных когнитивных исследований языковой деятельности и посвящена выявлению смыслового наполнения концепта *бизнес*, построению его ассоциативного поля, вербализованного в современной речевой практике русских студентов, а также определению роли иноязычных элементов в формировании данного поля в русском языке. В качестве основного метода исследования послужил лингвистический ассоциативный эксперимент (свободный и цепной). В результате интерпретации результатов данного эксперимента определена структура ассоциативного поля концепта *бизнес*, состоящая из восьми семантических микрополей: 1) процессы, характерные для бизнеса; 2) субъекты бизнеса; 3) атрибуты / учреждения бизнеса; 4) положительные явления и результаты бизнеса; 5) отрицательные явления и последствия бизнеса; 6) личностные характеристики людей, занятых бизнесом; 7) денежные средства; 8) экономические / политические термины, характеризующие бизнес. Определен удельный вес иноязычного компонента в ассоциативном поле концепта *бизнес* в целом и в каждом семантическом микрополе в отдельности. В результате анализа соотношения исконных и иноязычных элементов ассоциативного поля определено, что в наибольшей степени репрезентирована лексикой иноязычного происхождения (заимствованиями и их дериватами) индивидуально-предметная сфера ассоциативного поля концепта *бизнес* (атрибуты бизнеса / субъекты бизнеса), а в меньшей степени иноязычные элементы оказали влияние на процесс вербализации общечеловеческих, универсальных компонентов семантического поля концепта *бизнес*, называющих личностные черты и эмоции человека. Данный вывод вписывается в общую тенденцию процессов заимствования русским языком иноязычной лексики. Данные, составившие ассоциативное поле концепта *бизнес* в значительной степени (более 40 %) вербализованы лексикой иноязычного происхождения, но не составляют его подавляющее большинство

UDC 811

Philology sciences

**FOREIGN LANGUAGE ELEMENTS IN  
THE ASSOCIATIVE FIELD OF THE CONCEPT  
BUSINESS (A CASE STUDY OF RUSSIAN  
LANGUAGE).**

Mitjaeva Anna Pavlovna  
postgraduate student, senior Lecturer,  
RSCI SPIN-code 6864-0580  
[mitja2004@inbox.ru](mailto:mitja2004@inbox.ru)

*National Research Tomsk Polytechnic University,  
Tomsk, Russia*

The article is written in line with contemporary cognitive studies of language and devoted to identifying meaning content of the concept of "business" and its associative field, verbalized in modern speech of Russian students and definition of the role of foreign language elements in creating this field in Russian language. A linguistic associative experiment (both free and chain) is used as the main method of investigation. As a result of experiment interpretation a structure of the associative field of the concept of *business* is determined. The field consists of 8 semantic microfields: 1) processes that are typical for business; 2) business entities; 3) business attributes / institutions; 4) positive events and business results; 5) negative events and consequences; 6) personal characteristics of businessmen; 7) money; 8) economic / political terms, related to business. Specific weight of foreign language element in associative field of the concept of "business" is determined generally and in each semantic microfield. An analysis of the ratio of original and foreign language elements of the associative field has found that such microfields as «business attributes» and «business entities» are mostly represented by foreign words (loanwords and their derivatives). Foreign language elements influence verbalization of human and universal components of the semantic field of the concept of «business» such as personality traits and emotions. The conclusion correlates with the basic tendency to borrowing words from English into Russian language. To sum up, 40% of vocabulary of the associative field of the concept of "business" is foreign words

Ключевые слова: КОГНИТИВНАЯ ЛИНГВИСТИКА, КОНЦЕПТОЛОГИЯ, КОНЦЕПТ, АССОЦИАТИВНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ, ИСКОННАЯ ЛЕКСИКА, ЗАИМСТВОВАННЫЕ СЛОВА, КОНЦЕПТОСФЕРА

Keywords: COGNITIVE LINGUISTICS, CONCEPTOLOGY, CONCEPT, ASSOCIATIVE EXPERIMENT, NATIVE WORDS, LOANWORDS, CONCEPTOSPHERE

Расширение культурных, экономических и научных связей России со странами Европы, Азии и Америки выдвигает изучение языков в аспекте расширения языковых контактов и межкультурного взаимодействия на одну из самых приоритетных позиций развития науки. Эти вопросы рассматриваются наряду с другими в такой отрасли современного языкознания, как когнитивная лингвистика, которая изучает отражение в языке культуры, сознания и опыта человека.

Одним из основных понятий когнитивной лингвистики является понятие концепта, которое до настоящего времени не имеет однозначного толкования. До начала 1990-х годов «когнитивная лингвистика представляла собой совокупность индивидуальных исследовательских программ, слабо связанных или вовсе не связанных между собой» [2. С. 21–22]. Да и в настоящее время когнитивная лингвистика – не единое научное направление, у нее до сих пор нет унитарной концепции развития и определенного набора исследовательских подходов. В этом смысле ученые-когнитивисты не ограничены в выборе, им предоставлен широкий междисциплинарный спектр различных приемов и методов исследования таких наук, как лингвистика, психология, социология, этнография, политология, философия и др. Такой междисциплинарный подход является характерной особенностью современных гуманитарных научных направлений. Что люди знают о себе и о мире, как организовано и как вербализуется это знание, какова языковая картина мира – вот центральные вопросы, которые исследует когнитивная лингвистика. Исследования языковой картины мира способствовали появлению в отечественной когнитивной лингвистике особого направления –

концептологии, занимающейся изучением и анализом *концептов* [2–5; 12; 15 и др.].

Термин *концепт* первоначально появился в переводах на русский язык работ А. Вежбицкой и Ч. Филлмора.

По мнению А. Вежбицкой, концепт – объект из некоего идеального мира, у которого есть имя и который отражает определенные культурные представления человека о действительности. Исследовательница считает, что различия словарного состава языков приводят к различиям в составляющих ядра концепта. Отсюда следует, что любая культура может быть сопоставлена и описана с помощью таких «ключевых слов» языка, которые существуют в данной культуре. Именно эти «ключевые слова» и являются культурными концептами [1. С. 35–37].

В работах Ч. Филлмора когнитивное толкование получает понятие фрейма. Для него фрейм – это некая группа слов, которую «удерживает вместе то, что они мотивируются, определяются и взаимно структурируются особыми унифицированными конструкциями знания или связанными схематизациями опыта» [9. С. 54].

Концепт связан с мышлением человека. Анализ концепта как мыслительной квинтэссенции начинается с изучения репрезентации концепта в языке, т.е. с рассмотрения конкретных языковых единиц, которые могут обеспечить понимание концепта. Только через вербализацию концепт становится понятным для всеобщего восприятия. При этом объективация концепта носит индивидуальный характер, каждый человек в зависимости от пола, возраста или профессии по-разному вербализует тот или иной концепт. Изучение концептов осуществляется при помощи выявления и анализа языковых средств их репрезентации, а также моделирования их структуры.

Мы поддерживаем точку зрения исследователей З.Д. Поповой и И.А. Стернина, которые определяют концепт как «дискретное ментальное

образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат познавательной (когнитивной) деятельности личности и общества и несущее комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету» [5. С. 34].

Концепт имеет свою структуру, сложное строение, он «состоит из компонентов (концептуальных признаков), то есть отдельных признаков объективного или субъективного мира, дифференцированно отраженных в его сознании и различающихся по степени абстрактности» [2. С. 41]. Концептуальные признаки выявляются посредством их вербализации, репрезентации в речи. Совокупность репрезентантов концепта образует его номинативное поле.

«Номинативное поле концепта строится из ключевого слова-репрезентанта, его синонимического ряда, единиц, выявленных в художественных и публицистических текстах, устойчивых сравнений, фразеологических единиц, лексико-фразеологического, деривационного, ассоциативного, паремиологического полей ключевого слова-репрезентанта концепта» [5].

В ассоциативное поле концепта входят ассоциаты на ключевую лексему-репрезентант концепта.

Целью работы является выявление смыслового наполнения концепта *бизнес*, построение его ассоциативного поля, вербализованного в современной речевой практике русских студентов, а также определение роли иноязычных элементов в формировании данного поля в русском языке. Выбор темы определяется тем, что, с одной стороны, данный концепт занимает значительное место в языковой картине мира

современного человека. С другой стороны, представляет интерес изучение национальной специфики изучаемого концепта.

Для решения данных задач был проведен цепной ассоциативный эксперимент, целью которого являлось выявление номинативного поля концепта *бизнес*, вербализующего его ассоциативный слой. Общеизвестно, что ассоциативный эксперимент как универсальный общенаучный метод позволяет максимально приблизиться к мыслительным стереотипам носителей языка.

«Ассоциативный эксперимент – это метод, направленный на обнаружение ассоциаций, языковых клише, сложившихся в сознании испытуемого в процессе его жизнедеятельности. Ассоциативный эксперимент помогает определить содержание концепта в когнитивном сознании носителя языка, распределить образующие концепт признаки и выстроить ассоциативный слой концепта. Следовательно, данный прием является эффективным способом приближения к языковому сознанию индивида. Ядро языкового сознания составляют наиболее частотные ассоциации, имеющие наибольшее число когнитивных связей» [3. С. 1651–1653; 4. С. 1420–1423].

В ассоциативном эксперименте приняло участие 65 студентов 2–3 курсов различных факультетов ТПУ, из них 35 девушек и 30 молодых человека в возрасте до 22 лет. Информантам был предъявлен опросный лист, в котором предлагалось записать 15–20 ассоциаций на слово-стимул *бизнес*.

На основе полученных результатов было составлено ассоциативное поле лексемы *бизнес*, отражающее смысловое наполнение номината одноименного концепта в живой речи томских студентов технического вуза.

В следующем списке представлены наиболее частотные словоупотребления ассоциатов, встречающихся в опросных листах, с указанием количества их словоупотреблений.

Бизнес – деньги 55, работа 27, автомобиль / дорогое авто / машина / иномарка 22, прибыль 20, риск 20, дело / свое дело 18, доходы 17, коррупция 16, кредит, -ы 15, конкуренция 14, карьера 13, деловые связи / связи 12, офис 12, успех 12, налоги 11, ответственность / личная ответственность 11, банк 10, проблемы 10, акции 9, взятка, -и 9, власть 9, деловой костюм 9, предпринимательство 9, власть 8, договор 8, переговоры 8, сделки 8, удача 8, успех 8, закон 8, вклады 7, деловые встречи 8, нехватка времени 7, нефть 7, отдых на море / за границей 7, партнеры 7, предприятие 7, реклама 7, самостоятельность 7, труд 7, экономика 7, бизнес-план 6, идеи 6, командировки 6, конкуренты 6, предприниматель 6, проценты 6, сотрудники 6, торговля 6, управление 6, бизнесмен 5, директор 5, документы 8, долги 5, квартира 5, подчиненные 5, посредники 5, производство 5, развитие 5, рэкет 5, свобода 5, секретарь / секретарша 5, стрессы / нервное расстройство 5, товар 5, ум 5, возможности 4, капитал 4, коммерция 4, компания 4, корпоративы 4, криминал 4, лидер 4, (новые) люди 4, партнерство 4, политика 4, презентации 4, убытки 4, и др.

Далее была проведена семантическая интерпретация ассоциативных реакций. В процессе анализа было выделено 8 семантических микрополей, из которых сложился ассоциативный слой концепта *бизнес*:

- 1) процессы, характерные для бизнеса;
- 2) субъекты бизнеса;
- 3) атрибуты / учреждения бизнеса;
- 4) положительные явления и результаты бизнеса;
- 5) отрицательные явления и последствия бизнеса;
- 6) личностные характеристики людей, занятых бизнесом;
- 7) денежные средства;
- 8) экономические / политические термины, характеризующие бизнес.

Последовательность расположения семантических микрополей определяется их количественным наполнением. В представленном перечне

семантических групп номинативного поля интересующего нас концепта в названии микрополя указано количество языковых единиц и количество их словоупотреблений. Список компонентов семантических микрополей снабжен указанием на количество употреблений каждого слова. При этом элементы иноязычного происхождения снабжены маркером ИЭ, что значит *иноязычный элемент*. В объем понятия *иноязычный элемент* входят языковые единицы – слова или морфемы – иноязычного происхождения; таким образом, в круг анализа входят иноязычные слова (освоенные и неосвоенные), а также их дериваты.

Бизнес – это

1) определенные процессы, характерные для бизнеса, 67 слов / 153 словоупотребления;

(работа 27, деловые встречи 8, переговоры 8, сделки 8, (тяжелый) труд 7, деловые поездки / командировки (ИЭ) 6, торговля 6, управление людьми 6, производство 5, коммерция (ИЭ) 4, корпоративы (ИЭ) 4, общение с людьми 4, партнерство 4, презентации (ИЭ) 4, проекты (ИЭ) / идеи (ИЭ) 4, продажи 3, путешествия 3, собрания 3, PR (ИЭ) 3, анализ (ИЭ) 2, борьба с конкурентами (ИЭ) 2, купля-продажа 2, нахлебничество 2, перелеты / переезды 2, поставки 2, решение задач 2, руководство персоналом (ИЭ) 2, услуги 2, деятельность 1, идти по головам 1, налогообложение 1, написать завещание 1, оставить наследство 1, поездки за границу 1, предложение 1, привлечение капитала (ИЭ) 1, продвижение 1, расширение 1, связи 1, спонсирование (ИЭ) 1, спрос 1, страхование 1, телефонные разговоры (ИЛ) 1, умение жить в рамках (ИЭ) 1, умереть спокойно 1, учеба 1);

2) субъекты бизнеса, 63 / 138;

(партнеры (ИЭ) 7, конкуренты (ИЭ) 6, предприниматель 6, сотрудники 6, бизнесмен (ИЭ) 5, директор (ИЭ) 5, подчиненные 5, посредник 5, лидер (ИЭ) 4, (новые) люди 4, бизнесвумен (ИЭ) 3, коллектив (ИЭ) 3, личный водитель 3, начальник 3, поставщики 3, акционеры (ИЭ) 2, бандиты (ИЭ) 2,

жена-*фотомодель* (ИЭ)2, коллеги (ИЭ) 2, компаньоны (ИЭ) 2, менеджер (ИЭ) 2, молодая жена 2, олигарх (ИЭ) 2, секретарь (ИЭ) / секретарша (ИЭ) 2, семья 2, спонсор (ИЭ) 2, охрана 2, юристы (ИЭ) 2, Абрамович (ИЛ) 1, адвокат (ИЭ) 1, богач 1, босс (ИЭ) 1, буржуа (ИЭ) 1, генеральный (ИЭ) директор (ИЭ) 1, инвесторы (ИЭ) 1, клиенты (ИЭ) 1, команда (ИЭ) 1, коммерсант (ИЭ) 1, кредиторы (ИЭ) 1, личность 1, любовницы 1, Медведев 1, налоговые *инспектора* (ИЭ) 1, основатель 1, полиция (ИЭ) 1, преуспевающий человек 1, персонал (ИЭ) 1, Путин 1, работники 1, родственники 1, соучредитель 1, учредители 1, штат (ИЭ) работников 1, *юридическое* лицо 1 (ИЭ);

3) атрибуты / учреждения бизнеса, 56 / 172

(автомобиль (ИЭ) 22, офис (ИЭ) 12, банк (ИЭ) 10, акции (ИЭ) 9, деловой *костюм* (ИЭ) 9, договор 8, документы (ИЭ) 8, нефть (ИЭ) 7, предприятие (ИЭ) 7, реклама (ИЭ) 7, бизнес (ИЭ) – план (ИЭ) 6, квартиры (ИЭ) 5, товар 5, компания (ИЭ) 4, виски (ИЭ) 3, газ (ИЭ) 3, портфель (ИЭ) 3, ресторан (ИЭ) 3, бумаги (ИЭ) 2, галстук (ИЭ) 2, кейс (ИЭ) 2, корпорация (ИЭ) 2, магазин (ИЭ) 2, печать 2, продукция (ИЭ) 2, тачки 2, ценные *бумаги* (ИЭ) 2, яхты (ИЭ) 2, BMW (ИЭ) 2, биржа (ИЭ) 1, дорогая одежда 1, дорогие часы 1, камеры (ИЭ) 1, клубы (ИЭ) 1, кожаное кресло 1, компьютер (ИЭ) 1, коттедж (ИЭ) 1, Мерседес (ИЭ) 1, офисная (ИЭ) мебель (ИЭ) 1, сигары (ИЭ) 1, собственность 2, смартфон (ИЭ) 1, смокинг (ИЭ) 1, холдинги (ИЭ) 1, Ягуар (ИЭ) 1, gold visa (ИЭ) 1, head hanter (ИЭ)1);

4) положительные явления и результаты бизнеса; 49/150;

(свое) дело 18, карьера (ИЭ) 13, деловые связи / связи 12, успех 12, власть 9, удача 8, отдых / отдых на море 7, самостоятельность / независимость 7, свобода 5, возможности 4, путешествия 4, контракты (ИЭ) 3, перспективы (ИЭ) 3, престиж (ИЭ) 3, процветание 3, радость 3, семейный *бизнес* (ИЭ) 3, статус (ИЭ) 3, авторитет (ИЭ) 2, влияние 2, богатое будущее / богатство 2, достижение *целей* (ИЭ) 2, обеспеченность 2, призвание 2,



развитие (ИЭ) 2, результат (ИЭ) 2, реализация (ИЭ) 2, самореализация (ИЭ) 2, счастье 2, власть 1, выгода 1, красивая жизнь 1, победа 1, стабильность (ИЭ) 1, стремление заработать 1, богатство 1), уважение (ИЭ) 1, уважать (ИЭ) 1;

5) отрицательные явления и последствия бизнеса, 46 / 137;

(риск (ИЭ) 20, коррупция (ИЭ) 16, конкуренция (ИЭ) 14, проблемы (ИЭ) 10, нехватка времени 7, *проблемы* в семье 6 (ИЭ), долги (ИЭ) 5, рэкет (ИЭ) 5, стрессы (ИЭ) 5; криминал (ИЭ) 4, наркотики (ИЭ) 4, убытки 4, банкротство (ИЭ) 3, крыша / крышевание 3, нервотрепка (ИЭ) 3, обман 3, головная боль 2, слезы 2, спекуляция (ИЛ) 2, финансовые (ИЭ) махинации (ИЭ) 2, банкротство (ИЭ) 1, бессонница 1, горе 1, долги 1, долговая яма 1, доминирование (ИЭ) 1, задолженности 1, закулисные *интриги* (ИЭ) 1, затраты 1, крах (ИЭ) 1, мафия (ИЭ) 1, нервное расстройство 1, переплата 1, подкуп 1, провал 1, расходы 1, смерть 1, страх 1);

б) личностные характеристики, отличающие людей, занятых бизнесом, 38 / 66;

(личная ответственность 11, идеи (ИЭ) 6, ум 5, целеустремленность (ИЭ) 4, коммуникабельность 3, (само)уверенность 3, упорство 3, инициатива (ИЭ) 2, необразованность 2, опыт 2, самообладание 2, способность управлять 2, трудолюбие 2, хватка 2, активная мозговая деятельность 1, доверие 1, доверие только себе 1, жестокость 1, изворотливость 1, интуиция (ИЭ) 1, *коммуникативные* навыки 1 (ИЭ), компетентность (ИЭ) 1, креативность (ИЭ) 1, лесть 1, непостоянство 1, предприимчивость 1, серьезность (ИЭ) 1, смелость 1, терпение 1, хитрость 1, эгоизм (ИЭ) 1);

7) денежные средства, 30 / 175;

(деньги 55, прибыль 20, доходы 17, кредиты (ИЭ) 15, взятки 9, проценты (ИЭ) 7, вклады (ИЭ) 7, капитал (ИЭ) 5, заработок 4, инвестиции (ИЭ) 4, валюта (ИЭ) 3, выручка 3, доллар (ИЭ) 3, бабки 2, баксы (ИЭ) 2,

гринны (ИЭ) 2, займы 2, *банковские* переводы (ИЭ) 2, золото 2, наследство 2, начальный (стартовый) *капитал* (ИЭ) 2, финансы (ИЭ) 2, черная прибыль 2, премиальные (ИЭ) 1, состояние 1, ссуды 1);

8) экономические / политические термины, характеризующие бизнес, 23 / 56;

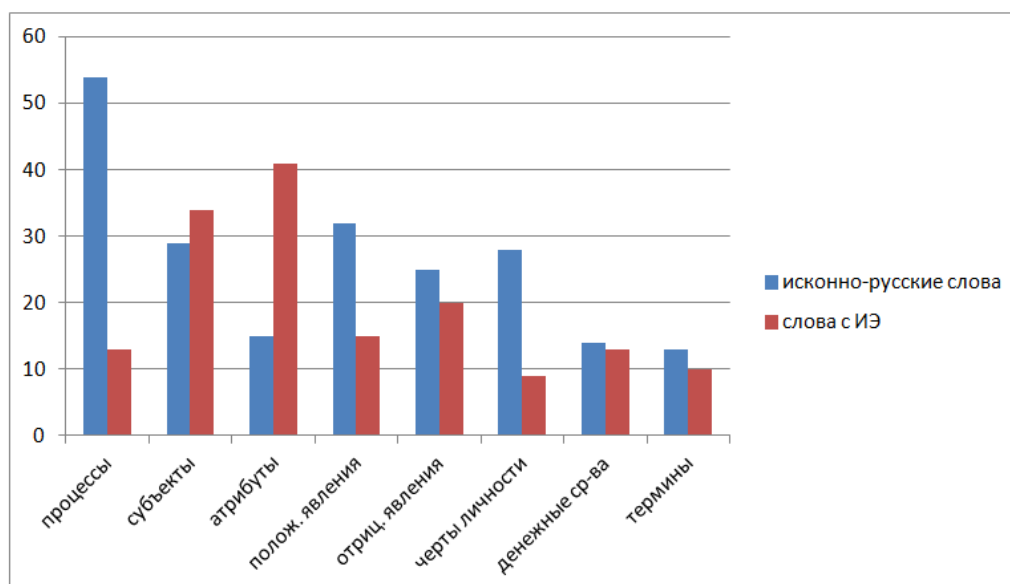
(налог 11, предпринимательство 9, закон 8, экономика (ИЭ) 7, политика (ИЭ) 4, рынок (ИЭ) 3, государство 2, ипотека (ИЭ) 2, *валютный* рынок (ИЭ) 2, государственная *инспекция* (ИЭ) 1, гражданский *кодекс* (ИЭ) 1, гражданское право 1, маркетинг (ИЭ) 1, рабочие места 1, сверхприбыль 1, сектор (ИЭ) экономики (ИЭ) 1, финансы (ИЭ) 1).

После распределения ассоциативных реакций по семантическим группам составлены таблицы 1 и 2, в которых подсчитано количество слов и словоупотреблений собственно русских слов, названных испытуемыми, и заимствованных слов. Данные о происхождении интересующих нас лексем уточнялись по этимологическим словарям А.Г. Преображенского [6], М. Фасмера [8], П.Я. Черных [10] и другим авторитетным изданиям.

Таблица 1. Исконная и иноязычная лексика семантических групп ассоциативного поля концепта *бизнес*

Семантические микрополя ассоциативного поля <i>бизнес</i>	Общее количество (слов / <u>словоупотреблений</u> )	Собственно-русская лексика (слов / <u>словоупотреблений</u> )	Иноязычные элементы в словах (слов / <u>словоупотреблений</u> )
1. Процессы	67 / 153;	54 / 119	13 / 34
2. Субъекты	63 / 138;	29 / 70	34 / 68
3. Атрибуты / учреждения	56 / 172	15 / 22	41 / 150
4. Положительные явления	49 / 150;	34 / 107	15 / 43
5. Отрицательные явления	46 / 137	26 / 31	20 / 106
6. Черты личности	38 / 66;	29 / 48	9 / 18
7. Денежные средства	30 / 175	17 / 116	13 / 59
8. Термины	23 / 56	13 / 32	10 / 24

Таблица 2. Соотношение исконной и заимствованной лексики в семантических группах ассоциативного поля концепта *бизнес*



Анализ результатов, представленных в таблицах, позволяет сделать следующие заключения.

Номинативное поле концепта *бизнес* в значительной степени вербализовано лексикой иноязычного происхождения. При этом данные языковые единицы по-разному репрезентируют семантические группы.

Представим перечень семантических групп с указанием процентного состава иноязычных слов в порядке его убывания.

1. Атрибуты /учреждения бизнеса – 73,2 % от общего количества слов данной группы.
2. Субъекты бизнеса – 54 %.
3. Экономические термины – 43,5 %
4. Отрицательные характеристики бизнеса– 43,4 %.
5. Денежные средства – 43 %.
6. Положительные характеристики бизнеса – 30,6 %.
7. Черты личности – 23,7 %.
8. Процессы бизнеса – 19,4 %

В целом номинативное поле концепта *бизнес*, по данным ассоциативного эксперимента, репрезентировано иноязычной лексикой на 41,6 % от общего количества слов.

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что наибольшей репрезентации иноязычной лексикой подверглась индивидуально-предметная сфера интересующего нас концепта, сформированная под влиянием личностных особенностей индивида, его индивидуального опыта и личных пристрастий. Поэтому больше всего заимствований наблюдается в предметной и субъектной сфере, сопряженной с бизнесом (атрибуты бизнеса / субъекты бизнеса). Менее значительное влияние иноязычная лексика оказала на вербализацию общечеловеческих, универсальных компонентов семантического поля концепта *бизнес*, называющих личностные черты и эмоции.

Данные наблюдения вписываются в общую тенденцию процессов заимствования русским языком иноязычной лексики. По мнению О.Г. Щитовой, «возрастание роли иноязычных новаций представляется характерной чертой русского языка конца XX столетия. Высокий процент среди единиц ассоциативного поля концепта *бизнес* составляют новейшие заимствования конца XX – начала XXI века, по терминологии О.Г. Щитовой, – новейшая *ксенолексика* [7; 11–17].

Субъективный опыт толкования номината концепта *бизнес* представителями молодого поколения интересен и актуален для настоящего времени. Данные интерпретации необходимы для построения ассоциативного слоя данного концепта. Выявленные семантические группы в значительной степени репрезентированы лексикой иноязычного происхождения и создают перспективу для моделирования изучаемого концепта.

### Литература

1. Вежицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
2. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика: учеб. пособ. – Минск.: ТетраСистемс, 2004. – 256 с.

3. Митяева А.П. Ассоциативный эксперимент как способ конструирования концепта «бизнес» / А. П. Митяева // Молодой ученый. – 2015. – №11. – С. 1651–1653 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.moluch.ru/archive/91/19444/> (дата обращения: 20.08.2015).
4. Митяева А.П. К вопросу о лингвокогнитивном и лингвокультурологическом подходах к изучению концептов // Молодой ученый. – 2015. – №10. – С. 1420–1423 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.moluch.ru/archive/90/18871/> (дата обращения: 20.08.2015).
5. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. – 314 с.
6. Преображенский А.Г. Этимологический словарь русского языка: в 2 т. – М., 1910–1914.– Т. 1–2.
7. Савилова С.Л., Щитова О.Г. Прагматический статус новейшей ксенолексики в студенческом дискурсе // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2014. – Вып. 10 (151). – С. 193–197. [Электронный ресурс]. URL: [http://vestnik.tspu.ru/files/PDF/articles/savilova s. 1. 193 197 10 151 2014.pdf](http://vestnik.tspu.ru/files/PDF/articles/savilova_s.1.193_197_10_151_2014.pdf) (дата обращения: 15.08.2015).
8. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. – М.: Прогресс, 1986. – Т.1–4.
9. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания. // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка. – М.: Прогресс, 1988. – 320 с.
10. Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. – М.: Русский язык, 1993. – Т. 1–2.
11. Щитова О. Г. Лексикографические источники изучения функциональной эквивалентности иноязычных новаций в русском языке начала XXI в. // Вестник Томского государственного университета. – 2012. – № 355. – С. 27–30 [Электронный ресурс]. URL:<http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/355/image/355-027.pdf> (дата обращения: 15.06.2015).
12. Щитова О. Г. Новейшая ксенолексика в русской речи XXI века: к определению объема понятия // Вестник науки Сибири. Серия 9. Филология. Педагогика. – Томск: Изд-во Том. политех. ун-та, 2012. – № 1(2). – С. 278–286 [Электронный ресурс]. URL: <http://sjs.tpu.ru/journal/article/view/237/234> (дата обращения: 20.08.2015).
13. Щитова О. Г. Репрезентация иноязычной лексикой концепта «Шерстяные ткани» в томских памятниках деловой письменности XVII в. // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. – Т. 4. – Вып. 4: Филология / Новосиб. гос. ун-т. – Новосибирск, 2005. – С. 89–93.
14. Щитова О. Г. Функционально-стилевая миграция заимствований как один из критериев их ассимиляции в языке-реципиенте // Вестник Томского государственного университета. – 2007. – № 294. – С. 102–108 [Электронный ресурс]. URL: [http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/294/image/294\\_102-108.pdf](http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/294/image/294_102-108.pdf) (дата обращения: 20.08.2015).
15. Щитова О. Г. Функционирование иноязычных средств в тексте // Вестник Томского государственного педагогического университета. Серия: гуманитарные науки (филология). – 3’2005. – Выпуск 3 (47). – Томск: Изд-во Том. пед. ун-та, 2005. – С. 74–78 [Электронный ресурс]. URL: [http://vestnik.tspu.edu.ru/archive.html?year=2005&issue=3&article\\_id=262](http://vestnik.tspu.edu.ru/archive.html?year=2005&issue=3&article_id=262) (дата обращения: 20.08.2015).
16. Щитова О. Г., Савилова С.Л. Функциональный статус новейшей ксенолексики в речи групповой языковой личности студента высшей школы // Вестник Томского

- государственного педагогического университета. – 2014. – Вып. 10 (151). – С. 184–188 [Электронный ресурс]. URL: [http://vestnik.tspu.ru/files/PDF/articles/shitova o. g. 184 188 10 151 2014.pdf](http://vestnik.tspu.ru/files/PDF/articles/shitova_o_g_184_188_10_151_2014.pdf) (дата обращения: 20.08.2015).
17. Щитова О. Г., Щитов А.Г., Цзэн Ш. Полевая модель концепта «Информационные технологии» в русской и китайской лингвокультурах // Молодой учёный. – 2015. – № 11 (91). Ч. XVI. – С. 1712–1715 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.moluch.ru/archive/91/19888/> (дата обращения: 20.08.2015).

## References

1. Vezhbickaja A. Ponimanie kul'tur cherez posredstvo kljuchevyh slov. – M.: Jazyki slavjanskoj kul'tury, 2001. – 288 s.
2. Maslova V.A. Kognitivnaja lingvistika: ucheb. posob. – Mn.: TetraSistems, 2004. – 256 s.
3. Mitjaeva A.P. Associativnyj jeksperiment kak sposob konstruirovaniya koncepta «biznes» / A. P. Mitjaeva // Molodoj uchenyj. – 2015. – №11. – S. 1651–1653 [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.moluch.ru/archive/91/19444/> (data obrashhenija: 20.08.2015).
4. Mitjaeva A.P. K voprosu o lingvokognitivnom i lingvokul'turologicheskom podhodate k izucheniju konceptov // Molodoj uchenyj. – 2015. – №10. – S. 1420–1423 [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.moluch.ru/archive/90/18871/> (data obrashhenija: 20.08.2015).
5. Popova Z.D., Sternin I.A. Kognitivnaja lingvistika. – M.: AST: Vostok – Zapad, 2007. – 314 s.
6. Preobrazhenskij A.G. Jetimologicheskij slovar' russkogo jazyka: v 2 t. – M., 1910–1914.– T. 1–2.
7. Savilova S.L., Shhitova O.G. Pragmatischekij status novejshej ksenoleksiki v studencheskom diskurse // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogičeskogo universiteta. – 2014. – Vyp. 10 (151). – S. 193–197. [Jelektronnyj resurs]. URL: [http://vestnik.tspu.ru/files/PDF/articles/savilova\\_s\\_1\\_193\\_197\\_10\\_151\\_2014.pdf](http://vestnik.tspu.ru/files/PDF/articles/savilova_s_1_193_197_10_151_2014.pdf) (data obrashhenija: 15.08.2015).
8. Fasmer M. Jetimologicheskij slovar' russkogo jazyka: v 4 t. – M.: Progress, 1986. – T.1–4.
9. Fillmor Ch. Frejmy i semantika ponimaniya // Novoe v zarubezhnoj lingvistike. Vyp. XXIII. Kognitivnye aspekty jazyka. – M.: Progress, 1988. – 320 s.
10. Chernyh P.Ja. Istoriko-jetimologicheskij slovar' sovremennogo russkogo jazyka: v 2 t. – M.: Russkij jazyk, 1993. – T. 1–2.
11. Shhitova O. G. Leksikograficheskie istochniki izuchenija funkcional'noj jekvivalentnosti inojazychnyh novacij v russkom jazyke nachala XXI v. // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2012. – № 355. – S. 27–30 [Jelektronnyj resurs]. URL:<http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/355/image/355-027.pdf> (data obrashhenija: 15.06.2015).
12. Shhitova O. G. Novejšhaja ksenoleksika v russkoj rechi XXI veka: k opredeleniju ob#ema ponjatija // Vestnik nauki Sibiri. Serija 9. Filologija. Pedagogika. – Tomsk: Izd-vo Tom. politeh. un-ta, 2012. – № 1(2). – S. 278–286 [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://sjs.tpu.ru/journal/article/view/237/234> (data obrashhenija: 20.08.2015).
13. Shhitova O. G. Reprezentacija inojazyčnoj leksikoj koncepta «Sherstjanye tkani» v tomских pamjatnikah delovoj pis'mennosti XVII v. // Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Istorija, filologija. – T. 4. – Vyp. 4: Filologija / Novosib. gos. un-t. – Novosibirsk, 2005. – S. 89–93.

14. Shhitova O. G. Funkcional'no-stilevaja migracija zaimstvovanij kak odin iz kriteriev ih assimiljacii v jazyke-recipiente // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2007. – № 294. – S. 102–108 [Jelektronnyj resurs]. URL: [http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/294/image/294\\_102-108.pdf](http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/294/image/294_102-108.pdf) (data obrashhenija: 20.08.2015).
15. Shhitova O. G. Funkcionirovanie inojazychnyh sredstv v tekste // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Serija: gumanitarnye nauki (filologija). – 3'2005. – Vypusk 3 (47). – Tomsk: Izd-vo Tom. ped. un-ta, 2005. – S. 74–78 [Jelektronnyj resurs]. URL: [http://vestnik.tspu.edu.ru/archive.html?year=2005&issue=3&article\\_id=262](http://vestnik.tspu.edu.ru/archive.html?year=2005&issue=3&article_id=262) (data obrashhenija: 20.08.2015).
16. Shhitova O. G., Savilova S.L. Funkcional'nyj status novejshej ksenoleksiki v rechi gruppovoj jazykovej lichnosti studenta vysshej shkoly // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. – 2014. – Vyp. 10 (151). – S. 184–188 [Jelektronnyj resurs]. URL: [http://vestnik.tspu.ru/files/PDF/articles/shitova\\_o.\\_g.\\_184\\_188\\_10\\_151\\_2014.pdf](http://vestnik.tspu.ru/files/PDF/articles/shitova_o._g._184_188_10_151_2014.pdf) (data obrashhenija: 20.08.2015).
17. Shhitova O. G., Shhitov A.G., Czjen Sh. Polevaja model' koncepta «Informacionnye tehnologii» v ruskoj i kitajskoj lingvokul'turah // Molodoj uchjonyj. – 2015. – № 11 (91). Ch. XVI. – C. 1712–1715 [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.moluch.ru/archive/91/19888/> (data obrashhenija: 20.08.2015).