

**ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТОВ
“INNOVATION” И “RESILIENCE” В КОРПОРАТИВНОМ ДИСКУРСЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ ESG-ОТЧЕТОВ И ПРЕСС-РЕЛИЗОВ ЗАРУБЕЖНЫХ
И РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ)**

Аннотация. Цель настоящего исследования заключается в выявлении и сопоставлении лингвокультурной специфики репрезентации концептов INNOVATION и RESILIENCE на материале ESG-отчетов и пресс-релизов за 2024–2025 гг. Задачи исследования включают: формирование репрезентативного корпуса текстов; проведение частотного и коллокационного анализа лексем-репрезентантов исследуемых концептов; выявление дискурсивных стратегий их презентации. Методологическую базу составляют теория концепта в когнитивной лингвистике, принципы сопоставительной лингвокультурологии. Интерпретация данных опирается на положения С.Г. Тер-Минасовой о социокультурных коннотациях и Л.Л. Нелюбина о природе коннотативных значений. Основные результаты демонстрируют устойчивые лингвокультурные различия. В зарубежном дискурсе концепт INNOVATION функционирует как ценностный флагман, вербализуемый через коллокации innovative solutions, co-create, AI и занимающий заголовочные позиции. Концепт RESILIENCE получает прямую номинацию (resilient world). В российском дискурсе INNOVATION репрезентируется имплицитно, а RESILIENCE не имеет отдельной лексической объективации, будучи семантически ассимилирован концептом УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ. Выводы подтверждают гипотезу о том, что глобальные ESG-концепты подвергаются национально-специфической трансформации: инновация осмысляется либо как идентичность, либо как инструмент, а резильентность или выделяется в самостоятельную ценность, или поглощается смежным понятием устойчивости. Направление дальнейших исследований видится в расширении эмпирической базы за счет включения пресс-релизов для анализа жанровой динамики, а также в привлечении данных из иных отраслевых сегментов и лингвокультур для построения репрезентативной модели.

Ключевые слова: концепт, лингвокультурная специфика, корпоративный дискурс, сопоставительная лингвистика, семантическое поле, переводческая рецепция, устойчивость.

Сведения об авторе: Шерстнёва Екатерина Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры филологии, Северо-Восточный государственный университет; ORCID 0000-0003-0083-4884.

Контактная информация: 685000, г. Магадан, ул. Портовая, д. 13; тел. 89148524477; e-mail: mountaincrystal@mail.ru

LINGUOCULTURAL SPECIFICITIES OF REPRESENTATION OF THE CONCEPTS OF “INNOVATION” AND “RESILIENCE” IN CORPORATE DISCOURSE (BASED ON ESG REPORTS AND PRESS RELEASES OF GLOBAL AND RUSSIAN COMPANIES)

Abstract. The aim of this study is to identify and compare the linguacultural specifics of the representation of the concepts of INNOVATION and RESILIENCE using ESG reports and press releases for 2024–2025. The objectives of the study include: forming a representative corpus of texts; conducting a frequency and collocation analysis of lexemes representing the studied concepts; identifying discursive strategies for their presentation. The methodological basis consists of concept theory in cognitive linguistics and the principles of comparative linguacultural studies. Data interpretation is based on the provisions of S. G. Ter-Minasova on sociocultural connotations and L. L. Nelyubin on the nature of connotative meanings. The main results demonstrate persistent linguistic and cultural differences. In international discourse, the concept of INNOVATION functions as a value flagship, verbalized through collocations such as “innovative solutions,” “co-create,” and “AI,” occupying headline positions. The concept of RESILIENCE receives a direct nomination (“resilient world”). In Russian discourse, INNOVATION is represented implicitly, while RESILIENCE lacks a separate lexical objectification, being semantically assimilated by the concept of SUSTAINABLE DEVELOPMENT. The main results demonstrate persistent linguistic and cultural differences. In international discourse, the concept of INNOVATION functions as a value flagship, verbalized through collocations such as “innovative solutions,” “co-create,” and “AI,” occupying headline positions. The concept of RESILIENCE receives a direct nomination (“resilient world”). In Russian discourse, INNOVATION is represented implicitly, while RESILIENCE lacks a separate lexical objectification, being semantically assimilated by the concept of SUSTAINABLE DEVELOPMENT.

Keywords: concept, lingvo-cultural specifics, corporate discourse, comparative linguistics, semantic field, translation reception, sustainability.

About the author: Sherstneva Ekaterina Sergeevna, PhD in Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Philology, North-Eastern State University; ORCID 0000-0003-0083-4884.

Contact information: 685000, Magadan, 13 Portovaya St.; 89148524477; e-mail: mountaincrystal@mail.ru

Интернационализация деловых коммуникаций делает неизбежным перенос ключевых концептов из одной лингвокультурной среды в другую. Такие лексемы, как “innovation” и “resilience”, стали смысловыми маркерами современной корпоративной повестки, особенно в контексте социально ответственного управления (ESG) (Ali Basah M. Y., Marzuki A. и др. 2024: 18-20). Однако их функционирование в иноязычных текстах различных жанров представляет собой не механическое заимствование, а сложный процесс культурно-обусловленной

рецепции, требующий отдельного изучения в русле сопоставительной лингвистики и особенностей дискурса (Демьянков 2010: 152).

Несмотря на значительный объем работ по теории корпоративного дискурса и отдельные исследования концептов “innovation” и “resilience”, комплексный сопоставительный анализ их лингвокультурной специфики на материале текстов (официальный отчет, публичный пресс-релиз) остается лакуной. Данная статья призвана восполнить этот пробел, отвечая на вопрос: как культурные ценности и коммуникативные традиции опосредуют репрезентацию глобальных бизнес-концептов в корпоративных медиатекстах?

Статья призвана решить следующие задачи: выстроить репрезентативный корпус текстов (ESG-отчеты и пресс-релизы за 2024–2025 гг.) глобальных (компании FTSE 100) и российских компаний из сопоставимых отраслей, а также выявить дискурсивные стратегии их презентации и интерпретировать обнаруженные различия с позиций лингвокультурологии и теории перевода.

Методы

Исследование выполнено в русле сопоставительной лингвокультурологии, когнитивной лингвистики и дискурс-анализа. Теоретическую базу составляют теория концепта (концепт понимается как ментальная единица, несводимая к отдельной лексеме) (Хорст 2013: 108), принципы корпусной лингвистики и критического дискурс-анализа.

Эмпирический материал отобран по трем критериям: отраслевая сопоставимость, текстовая репрезентативность (ESG-отчеты/годовые отчеты и пресс-релизы ESG-тематики за 2024–2025 гг.) и верифицируемость источников. Российский сегмент включает тексты компании Группа «Эталон», зарубежный – WNS Holdings. Источниками выступили официальные сайты компаний, Центр раскрытия информации «Интерфакс» (www.e-disclosure.ru), база RAEX ESG-рэнкинга (esg-disclosure.ru).

Процедура анализа включает пять этапов. На первом формируется корпус текстов. На втором проводится частотный и коллокационный анализ лексем-репрезентантов концептов INNOVATION / ИННОВАЦИЯ и RESILIENCE / УСТОЙЧИВОСТЬ / РЕЗИЛЬЕНТНОСТЬ. На третьем этапе применяется контекстуальный анализ для выявления семантических нюансов и дискурсивных стратегий (проактивные/реактивные, ценностные/инструментальные, аспирационные/номинативные). Четвертый этап – сопоставительный анализ полученных данных по двум лингвокультурам.

Результаты

Ниже представлен полноценный сопоставительный анализ по следующей схеме (корпус текстов → частотность → коллокации → дискурсивные стратегии → лингвокультурная интерпретация).

Характеристика эмпирической базы исследования

Компания	Страна	Сектор	Источник	Корпус текстов
WNS Holdings	Глобальная (Индия/США, листинг NYSE)	Digital-led business transformation, аутсорсинг бизнес-процессов	Пятый ежегодный отчет об устойчивом развитии 2024–2025	Полнотекстовый ESG-отчет, включающий стратегические заявления CEO, нарративные разделы, KPI и целеполагание
Группа «Эталон»	Россия	Девелопмент, жилищное строительство	Годовой	Полнотекстовый годовой отчет с разделом «Прогресс в области устойчивого развития», финансовая и нефинансовая отчетность

Выбор пал на материалы данных компаний, поскольку обе публикуют актуальную отчетность за 2024–2025 гг., работают в сфере услуг/решений для бизнеса, а также имеют высокий уровень публичности: WNS – мировой лидер (платиновый рейтинг EcoVadis, топ-1%), Группа «Эталон» – публичная компания на Московской бирже, один из крупнейших федеральных девелоперов.

Обратимся к сопоставительному анализу репрезентации концепта INNOVATION в корпоративном дискурсе двух компаний. Материалом послужили ESG-отчет WNS Holdings (2024–2025) (WNS 2026, раздел «Code of Business Ethics and Conduct»; Murugesh, 2026; Murugesh, 2021; WNS, 2025) и годовой отчет Группы «Эталон» (2024) (ETALON GROUP PLC 2025: 3; ETALON GROUP PLC 2024: 155; ETALON GROUP PLC 2025, раздел «Забота об окружающей среде»). Анализ проводился по следующим параметрам: прямое употребление лексемы, коллокации, семантическое поле, дискурсивная стратегия и роль в нарративе. Результаты представлены в таблице 2.

Выявленные в таблице 2 различия в репрезентации концепта INNOVATION могут быть объяснены через категорию коннотации в том понимании, которое предлагают С.Г. Тер-Минасова и Л.Л. Нелюбин. Согласно Л.Л. Нелюбину, коннотации представляют собой «дополнительные ассоциации, вызываемые словом в сознании носителей данного языка», которые «могут обладать общим для носителей данного языка характером, не присущим другим языкам» (Нелюбин 2008: 230-235). Именно это мы наблюдаем при сопоставлении дискурсов WNS Holdings и Группы «Эталон».

В глобальном корпоративном дискурсе (WNS Holdings) лексема INNOVATION приобретает устойчивые позитивные ценностные коннотации: она связана с миссией, идентичностью, совместным творчеством и формированием будущего. Это соответствует тому, что С.Г. Тер-Минасова относит к «социокультурным коннотациям» – дополнительным смыслам, нарастающим на основное значение в конкретной культуре. В западной деловой культуре инновация давно концептуализирована как самостоятельная ценность и добродетель, что и отражается в дискурсивной стратегии «проактивной / ценностно-идентификационной» (Тер-Минасова 2000: 150-153).

Сопоставительный анализ репрезентации концепта “INNOVATION” / «ИННОВАЦИИ»

Параметр анализа	WNS Holdings (глобальный дискурс)	Группа «Эталон» (российский дискурс)
Прямое употребление лексемы	“Innovation” – вынесено в заголовок отчета: <i>“Integrity, Innovation and Impact: Shaping a Sustainable Future Together?”</i>	Лексема «инновации» в доступном фрагменте отсутствует
Коллокации	<i>innovative solutions, co-create, AI, digital-led, technology, future-ready skills</i>	<i>цифровой формат</i> (единственный маркер, имплицитно отсылающий к инновационным решениям)
Семантическое поле	Инновация – процесс и результат, инструмент трансформации, связан с совместным творчеством и искусственным интеллектом	Инновация представлена имплицитно, проявляется через конкретное технологическое решение (цифровизация отчетности)
Дискурсивная стратегия	Проактивная / ценностно-идентификационная: инновация – корпоративная добродетель, компонент миссии, двигатель устойчивого развития	Реактивная / инструментальная: инновация не концептуализирована как ценность, присутствует как средство повышения операционной эффективности
Роль в нарративе	Концепт-флагман, формирующий идентичность компании	Периферийный элемент, растворенный в технологическом контексте

В русскоязычном корпоративном дискурсе (на примере «Эталона») лексема ИННОВАЦИЯ не несет аналогичных коннотативных наслоений. Отсутствие прямого употребления и замена на конкретное технологическое решение («цифровой формат») свидетельствуют о том, что в данной лингвокультуре концепт еще не оброс устойчивыми ассоциативными связями с ценностной сферой. Здесь мы имеем дело с тем, что С.Г. Тер-Минасова относит к «объему значения сопоставляемых единиц»: за внешне эквивалентными лексемами *innovation* и инновация стоят разные объемы коннотативных значений (Тер-Минасова 2000: 192-193). В одном случае это ценностный флагман, в другом – периферийный инструментальный элемент, что и проявляется в различии дискурсивных стратегий (проактивная vs. реактивная).

Перейдем к сопоставительному анализу репрезентации концепта RESILIENCE, который представляет особый интерес в силу его терминологической неустойчивости в русском языке. Если концепт INNOVATION имеет устоявшийся эквивалент «инновация», то для RESILIENCE в русском корпоративном дискурсе наблюдаются различные стратегии передачи: от прямого заимствования («резильентность») до семантического поглощения смежным концептом УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ (устойчивое развитие). Материалом анализа выступают те же источники. Результаты представлены в таблице 3.

**Сопоставительный анализ репрезентации концепта
“RESILIENCE” / «УСТОЙЧИВОСТЬ / РЕЗИЛЬЕНТНОСТЬ»**

Параметр анализа	WNS Holdings (глобальный дискурс)	Группа «Эталон» (русский дискурс)
Прямое употребление лексем	<i>Resilient world</i> – прямая речь CEO: “... <i>help create a digitally-led responsible and resilient world</i> ”	Лексемы «резильентность», «жизнеспособность», «способность к восстановлению» отсутствуют
Коллокации	digitally-led, responsible, sustainable (в составе целевой конструкции)	–
Варианты перевода / рецепция	–	Концепт RESILIENCE не имеет отдельной номинации. Его смысловое поле интегрировано в концепт УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ, выступающий в русском корпоративном дискурсе в качестве доминантной единицы ESG-повестки
Семантическое поле	Resilience – глобальная характеристика желаемого будущего, связана с цифровизацией, ответственностью и устойчивостью	«Устойчивое развитие» – комплексный концепт, включающий экологические, социальные и управленческие аспекты. Resilience как отдельный смысл не выделен
Дискурсивная стратегия	Целеполагающая: resilience – состояние глобальной системы, к достижению которого компания причастна	Номинативная (отчетная): «устойчивое развитие» – один из разделов отчета, фиксация наличия деятельности
Степень адаптации концепта	Высокая: концепт полноценный, самостоятельный, частотный в стратегическом нарративе	Нулевая: переводческая рецепция не состоялась, термин не заимствован и не адаптирован

Итак, остановимся подробнее на данных таблицы. В соответствии с данными из ячейки «Прямое употребление лексем» (Группа «Эталон»), можно сделать вывод, что интересующие нас лексем «резильентность», «жизнеспособность», «способность к восстановлению» не зафиксированы. Отсутствует как прямое заимствование, так и устоявшийся переводческий эквивалент.

Что касается ячейки «Степень адаптации концепта» (Группа «Эталон»), то мы видим процесс нулевой лексикализации, поскольку концепт “RESILIENCE” не получает отдельного языкового выражения. Его содержание семантически ассимилировано концептом «УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ», который выполняет функцию гиперонима в русскоязычном ESG-дискурсе.

Подобный процесс семантической ассимиляции может иметь прямую связь с процессом глобализации корпоративных коммуникаций. В результате этого формируется своеобразный наднациональный ESG-дискурс, ключевые концепты которого – INNOVATION и RESILIENCE, активно циркулирующие в отчетах и пресс-релизах компаний по всему миру. Однако за внешней унификацией терминологии скрывается сложная проблема межъязыкового и межкультурного взаимодействия: будучи заимствованными из глобального

англоязычного дискурса, эти концепты подвергаются трансформации при входе в иную лингвокультурную среду. Возникает вопрос о том, насколько тождественны ИННОВАЦИЯ в российском корпоративном дискурсе и INNOVATION в глобальном, а также каково реальное смысловое наполнение концепта RESILIENCE, который в русском языке не имеет устоявшегося эквивалента и конкурирует с лексемами «устойчивость», «резильентность» и «жизнеспособность». Как отмечает Т.В. Борисенко: «Мотивационные признаки концепта определяются с помощью анализа этимологии лексемы-номена» (Борисенко 2025: 666). Следуя данному положению Т.В. Борисенко, обратимся к этимологии лексем-номенов. INNOVATION восходит к лат. *innovare* («обновлять», «изменять»), исходный признак – «введение нового внутрь существующего». Однако в российском корпоративном дискурсе (таблица 2) процессуальный аспект редуцируется до конкретного технологического результата («цифровой формат»), что указывает на сужение семантического поля. Лексема RESILIENCE восходит к латинскому глаголу *resilio, resilire* («отскакивать», «отпрыгивать», «возвращаться в исходное положение»). Исходный мотивационный признак – «способность восстанавливать форму после деформации, упругость». В английском корпоративном дискурсе этот признак актуализируется в коллокациях (*build resilience, resilient world*). В русском языке устоявшегося этимологически прозрачного эквивалента не сложилось: лексема «устойчивость» акцентирует статическую сопротивляемость, тогда как исходный признак резильентности предполагает динамическую возвратность. Это этимологическое расхождение объясняет выявленное в таблице 3 отсутствие отдельной лексической объективации концепта RESILIENCE в российском корпусе: русскоязычный дискурс ассимилирует его концептом УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ, чья внутренняя форма лучше коррелирует с локальной ценностной матрицей, предполагающей стабильность и непрерывность.

Данная проблема имеет два измерения. Первое измерение – лингвокогнитивное: концепт как ментальная единица шире любой отдельной лексемы, и отсутствие прямого терминологического соответствия не означает отсутствия концепта в принимающей культуре. Однако это ставит задачу выявления реальных способов вербализации – через какие коллокации, метафоры и дискурсивные стратегии смыслы, связанные с инновационностью и адаптивностью, выражаются в русскоязычных текстах. Второе измерение – переводческое и дискурсивное: анализ параллельных текстов (отчетов российских компаний и их англоязычных версий) потенциально может опосредовать выявление того, как глобальные концепты адаптируются при переводе – калькируются, заимствуются напрямую, описываются или полностью ассимилируются смежными понятиями (как в случае поглощения RESILIENCE концептом УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ).

Далее обобщим результаты сопоставительного анализа репрезентации концептов INNOVATION и RESILIENCE в корпоративном дискурсе двух лингвокультур. Проведенное исследование позволило выявить устойчивые различия по ряду параметров: статус концепта в корпоративном нарративе, способ номинации, тип дискурсивной стратегии, степень интеграции в глобальный ESG-дискурс. Если в зарубежном корпусе (на примере WNS Holdings) оба концепта получают прямую вербализацию и функционируют как ценностно-

идентификационные элементы стратегического позиционирования, то в российском дискурсе (на примере Группы «Эталон») наблюдается иная картина: INNOVATION репрезентируется имплицитно, а RESILIENCE полностью ассимилирован концептом УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ. Систематизация этих различий представлена в таблице 4.

Таблица 4

Итоговая типология лингвокультурных различий

Дискурсивный параметр	Глобальный корпоративный дискурс (WNS Holdings)	Российский корпоративный дискурс (Группа «Эталон»)
Статус концепта INNOVATION	Ценностный концепт-флагман, идентификационный маркер	Имплицитный, периферийный
Способ номинации INNOVATION	Прямая, высокая частотность, заголовочная позиция	Косвенная, низкая частотность, контекстуальная отсылка
Статус концепта RESILIENCE	Самостоятельный целевой концепт, маркер адаптивности	Лакуна. Отсутствует как отдельная единица
Способ номинации RESILIENCE	Прямая	Замещение концептом «устойчивое развитие» (sustainability)
Тип дискурсивной стратегии	Проактивная, ценностно-ориентированная, глобальная	Реактивная, отчетно-номинативная, локальная
Отношение к глобальному ESG-дискурсу	Интеграция	Адаптация через калькирование, выборочное заимствование

В англоязычном дискурсе (WNS) RESILIENCE – отдельный, самостоятельный концепт, отличный от SUSTAINABILITY. Он маркирует способность к восстановлению и адаптации в цифровом мире. В русскоязычном дискурсе (на примере компании «Эталон») концепт RESILIENCE отсутствует как отдельная лексема. Он полностью поглощен концептом УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ (sustainability), что подтверждает гипотезу о «семантическом слиянии» и необходимости исследования вариантов передачи (резильентность, жизнеспособность и т. д.). Как видим, в данном конкретном случае переводческая рецепция не состоялась – термин не был заимствован или адаптирован.

Выводы

Проведенное сопоставительное исследование позволило выявить устойчивые лингвокультурные различия в репрезентации концептов INNOVATION и RESILIENCE в корпоративном дискурсе России и зарубежных стран на материале ESG-отчетов. Однако следует признать, что жанровая дифференциация корпоративных медиатекстов осталась за рамками настоящей работы: анализ фокусировался преимущественно на развернутых стратегических нарративах отчетов об устойчивом развитии.

Между тем, как отмечалось в постановке проблемы, именно сопоставление жанров – ESG-отчетов и пресс-релизов, отражающих актуальные коммуникативные стратегии в режиме реального времени, открывает перспективу для изучения динамики использования концептов. Можно предположить, что в пресс-релизах, ориентированных на более широкую аудиторию и оперативное реагирование на повестку, степень адаптации глобальных концептов к локальной лингвокультуре может быть иной, по сравнению с объемными отчетами.

Дальнейшее исследование видится в расширении эмпирической базы за счет включения корпуса пресс-релизов российских и зарубежных компаний за 2024–2025 гг., что позволит построить модель, учитывающую не только лингвокультурную специфику, но и жанрово-динамические параметры функционирования концептов INNOVATION и RESILIENCE в корпоративном дискурсе.

ЛИТЕРАТУРА

Борисенко Т.В. К вопросу о признаках концепта // Ученые записки НовГУ. 2025. №3 (58). С. 662-672. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-priznakah-kontsepta> (23.03.2026).

Демьянков В.З. Концептуализация как междисциплинарная проблема // Когнитивные науки: Проблемы и перспективы: Материалы российско-французского семинара. Москва, 21–22 сентября 2010 г. М.: ФГАОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет», 2010. С. 150-157.

Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь. М.: Флинта: Наука, 2008. 320 с.

Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: учеб. пособие. М.: Слово, 2000. 352 с.

Хорст М. Мюллер: Психолингвистика – нейролингвистика. Обработка языка в мозгу. Падерборн: UTB, 2013. 430 с.

Ali Basah M.Y., Marzuki A., Ramli N.A., Nor F., Ab Aziz M.R., Shahwan S., Sabri H. Conceptual Framework of Environmental, Social, and Governance (ESG) Research: Trends, Themes, and Emerging Perspectives // The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research. Vol. 21. No. 2. Dec. 2024. Pp. 17-36. <https://doi.org/10.33102/jmifr.510>

ETALON GROUP PLC. Годовой отчет 2024. 124 с. URL: <https://clck.ru/3TdQjk> (дата обращения: 15.02.2026).

ETALON GROUP PLC. Политика в области ESG: утв. 14.12.2021, обновлена 03.02.2025. URL: <https://clck.ru/3TdQmS> (дата обращения: 15.02.2026).

ETALON GROUP PLC. Устойчивое развитие URL: <https://clck.ru/3TdQkr> (17.01.2026).

Murugesh K.R. Message from the CEO // WNS Sustainability Report FY 2020-21. 2021. С. 4-5. URL: <https://clck.ru/3TdQnS> (21.02.2026).

Murugesh K.R. Message from the Group CEO // WNS. URL: <https://clck.ru/3TdQmx> (17.02.2026).

WNS (Holdings) Limited. Integrity, Innovation and Impact: Shaping a Sustainable Future Together: Sustainability Report FY 2024-25. 2025. 146 с. URL: <https://clck.ru/3TdQoU> (21.01.2026).

WNS. Ethics, Integrity and Compliance. URL: <https://clck.ru/3TdQnx> (25.02.2026).

© Шерстнёва Е.С., 2026