

*Яроцкая Г. С.,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры прикладной лингвистики
Одесского национального университета имени И. И. Мечникова*

ОСНОВНЫЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Аннотация. В статье дана характеристика основным направлениям новейших исследований экономического дискурса, который представляет собой объективацию экономического сознания нации. Типология экономического дискурса должна быть построена с учётом не только тематики и жанровых разновидностей, но и различных форм существования сознания (научного, обыденного, религиозного и др.), отражённых в дискурсивных практиках.

Ключевые слова: экономический дискурс, экономическое сознание.

Постановка проблемы. Экономический дискурс является социокультурнолингвистическим феноменом, интегрирующим все проявления экономических взаимоотношений людей и соответствующие им тексты. Термин «дискурс» для нас, вслед за В. Красных, означает «вербализуемую речемыслительную деятельность, понимаемую как совокупность процесса и результата и обладающую как собственно лингвистическим, так и экстралингвистическим планами» [1, с. 201]. Дискурсивное измерение объективации экономического сознания может дать объективные сведения о состоянии экономических знаний и представлений единого лингвокультурного сообщества.

Необходимо отметить, что лингвистически ориентированных работ по экономическому дискурсу сравнительно немного (докторская диссертация К. Томашевской [2]), кандидатская диссертация М. Ликунь [3] и некоторые другие, предметом которых стало изучение метафорического моделирования экономического дискурса), в отличие от многочисленных исследований рекламного и политического дискурсов.

Предпосылкой выделения экономического дискурса стало неоднократно упоминаемое стремительное развитие экономической терминологии и переход ее в ряд общеупотребительной лексики. В то же время сама структура экономического термина, его содержание претерпели существенные изменения в связи с необходимостью адекватно отражать экономическую реальность, а также навязывать определенное ее видение, «используя» процессы фокусирования/дефокусирования, то есть, осуществляя когнитивную переработку и последующую соответствующую репрезентацию информации. Всё вышперечисленное определяет актуальность данного исследования, целью которого является систематизация лингвистической информации об экономическом дискурсе как объекте изучения современной антропоцентрической лингвистики и лингвокультурологии.

Изложение основного материала исследования. Терминология экономики представляет на современ-

ном этапе активный развивающийся фрагмент языковой системы современного русского языка. Формирование современного языка экономики происходит в зависимости от политико-экономических, социально-культурных факторов, научно-технического прогресса и фактора индивидуально-авторского начала. Проблема изучения и упорядочения экономической терминосистемы лингвистическими методами всегда будет оставаться актуальной, поскольку наметившиеся в прошлом веке тенденции интеграции и дифференциации научного знания в настоящее время особенно сильны.

Изменения в экономике привели к изменению толкования слов в этой сфере. Очень часто это связано с исчезновением из их определения лексемы «капиталистический» или указаний «при капитализме», «в капиталистических странах» (ср. определения терминов из спец. словарей [4; 5; 6]). Так, в словарной статье, посвящённой слову банк, опущена часть толкования, связанная с комментарием о роли банков при капитализме и при социализме; в словарной статье к слову биржа убрана часть «в капиталистических странах»; более точно сформулированы значения слов брокер, маклер и др. [4]. Лексема маркетинг толкуется не как «осуществляемая крупными капиталистическими компаниями система мероприятий по изучению рынка», а как «комплексная система организации производства и сбыта продукции, ориентированная на удовлетворение потребностей потребителей и получение прибыли на основе исследования и прогнозирования рынка» [там же, с. 376].

Аналогичные изменения произошли с определением значения слова менеджмент – «управление производством, применяемое в США и др. капстранах» [5], а в современном словаре говорится, что менеджмент – рациональное управление современным производством, тесно связанное с улучшением организации на основе постоянного внедрения новых принципов, форм, структур и методов управления с целью повышения эффективности производства, бизнеса с принципов, методов и форм управления производством и сбыта» [6]. Подобным же образом сменяется идеологемная составляющая у лексем конкуренция, рента, тейлоризм, рейганомика и др. Из обыденного сознания исчезает «советский» концепт-код ДЕФИЦИТ (где дефицитный понимается прежде всего как дефицитный товар), а экономический термин дефицит толкуется как «убыток, превышение расхода над приходом» и сочетается со словом бюджет [7, с. 247]. Можно говорить даже о появлении положительной коннотации некоторых экономических терминов. Таким образом, экономическая терминология, активно употребляемая в различных типах дискурсов, прежде всего в

научном экономическом дискурсе, требует серьёзного лингвоконцептологического анализа.

Типология экономического дискурса, как и дискурса вообще, может быть построена по разным основаниям. Само выделение экономического дискурса соответствует тематической типологии. Так, под экономическим дискурсом мы понимаем гипертекст, отображающий систему взаимоотношений между людьми в процессе ведения ими хозяйственной деятельности.

В экономической деятельности разграничивают сферы производства, обмена, потребления и распределения. В соответствии с этим, могут быть выделены следующие институциональные разновидности экономического дискурса: дискурс обмена, производственный дискурс, дискурс потребления и дискурс распределения.

Институциональные признаки экономического дискурса сближают его с юридическим и политическим дискурсами. Взаимосвязь экономической и рекламной деятельности реализуется в рекламном дискурсе, который, с нашей точки зрения, является одним из подвидов экономического дискурса как институционального.

Все разновидности экономического дискурса так или иначе представлены в коммуникативных или дискурсивных практиках, которые могут быть изучены, с точки зрения соответствующих им тезаурусов, набором базовых метафор, структурой коммуникативных актов и т. д.

Социально-экономические изменения могут быть поняты как изменения дискурсивных практик, которые свидетельствуют о появлении новых идеологий и идентичностей, о смешении дискурсов (интердискурсивность), взаимодействии семиотических кодов, стимулирующих трансформацию дискурсов. Изменяясь, существующие дискурсивные практики получают новые имена, переносятся в другие контексты и приспособляются для решения новых задач. Так, например, в новой экономической дискурсивной практике появление атрибутивных словосочетаний со словом бюджетный: бюджетный ремонт, бюджетный отдых, бюджетное свадебное платье и др. в значении «дешёвое», «экономное» является своеобразной эвфемизацией – тактикой позиционирования недорогих товаров (ср. аналогично товары эконом-класса).

Появление большого количества текстов экономической публицистики, изобилие экономических терминов в речи политиков, СМИ и бытовой коммуникации привело к формированию популярного экономического дискурса. Экономическая проблематика текстов в масс-медиа дискурсе позволяет нам выделить в рамках популярного экономического дискурса его жанровые разновидности – экономическую статью, экономическое обозрение и «экономический» анекдот (что, в свою очередь, может быть рассмотрено в рамках юмористического дискурса – «экономический» юмор и сатиру).

Популярный экономический дискурс реализуется в основном через тексты масс-медиа, то есть его представленность в масс-медиа дискурсе позволяет говорить о нём как о популярном. В связи с повышением интереса общества к экономическим проблемам современности в настоящее время формируется особый тип популярного экономического дискурса – дискурс потребления. Основными дискурсивными практиками такого дискурса являются коммерческая рекламная коммуникация и бытовая

коммуникация торгова. По нашему мнению, о дискурсе потребления можно говорить как о бытовом и бытийном (в терминологии В. Карасика), исходя из тематической направленности коммуникации.

Теоретическая область знания – экономика (совр. экономика) – представлена в научном экономическом дискурсе, который, в свою очередь, пересекается с учебным дискурсом.

Экономический дискурс как институциональный также имеет деловой и правовой форматы: экономическая (финансовая) документация, хозяйственный кодекс, законодательная сфера экономического права (юридическая документация), политическое урегулирование хозяйственной деятельности (налоговый кодекс) и т. д. Его непосредственная институциональная и идеологическая связь с политическим дискурсом позволяет во многих аспектах не разграничивать экономический и политический дискурсы.

Экономическое сознание отображается также в повседневной жизни людей – в жанре анекдота, бытовой беседы, обмена мнениями, диалога покупателя с продавцом и т. д., приобретая статус бытового, бытийного и юмористического дискурсов. В рамках дискурс-анализа могут быть изучены вышеперечисленные жанры экономического дискурса как потенциально интердискурсивного.

Таким образом, в рамках экономического дискурса могут быть реализованы популярный, институциональный, юмористический, научный, рекламный и другие виды дискурса, в которых затрагивается экономическая проблематика. Исходя из этого, выделение самостоятельного экономического дискурса как институционального по-прежнему остаётся дискуссионным.

Новым направлением в изучении экономического дискурса является исследование текстов экономических теорий в риторическом аспекте. Экономическая теория как нарративный жанр стала объектом изучения американских учёных. В середине 1980-х годов вышли две книги, ставшие базой для дальнейшей разработки этого направления. Это «Риторика экономической теории» Д. Мак-Клоски [8] и «Новая классическая макроэкономика: беседы с новыми классиками и их оппонентами» А. Кламера. В рамках этого подхода приобретает значение идеологическая установка, персональные качества автора (этос), стиль изложения, эмоциональный ряд (пафос), характер используемых метафор и другие риторические приемы, которые убеждают коллег-экономистов и общество. Вместе с тем риторика – это не столько попытка объяснить удачные стратегии и приемы убеждения, сколько принципиально новый взгляд на работу ученого, на саму науку [9, с. 13]. Изучение риторики, рассмотрение экономической теории как способа убеждения, как особой культуры готового слова будет важно и для повышения качества идей экономистов, которые, как остроумно замечал Кейнс, часто правят миром и могут быть опасными и для добра, и для зла. Таким образом, актуальным представляется и изучение текстов экономических теорий как нарративов, то есть в аспекте современных разработок неориторики и теории аргументации.

Выводы. Итак, исследования языковой репрезентации экономического сознания через дискурсивные практики способны выявить особенности структуры и

качественной динамики экономической (хозяйственной) концептуальной области, определить основные векторы развития этого фрагмента национальной концептосферы, определить семантический инвариант его концептуальной структуры. Подобный метод также может быть полезен для прояснения причин изменений в экономическом сознании человечества и, соответственно, происходящих экономических процессов в мире.

Литература:

1. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации : [курс лекций] / В.В. Красных. – М. : Гнозис, 2001. – 270 с.
2. Томашевская К.В. Экономический дискурс современника в его лексическом представлении : автореф. дисс. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / К.В. Томашевская. – СПб., 2000. – 31 с.
3. Ликунь М. Русский экономический текст в функционально-стилистическом и социолингвистическом аспектах : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.02 / М. Ликунь. – Одесса, 2008. – 288 с.
4. Борисов А.Б. Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Книжный мир, 2007. – 860 с.
5. Краткий экономический словарь / под ред. Ю.А. Белик, Е.Ф. Борисов, Г.Я. Киперман, Г.И. Либман, О.К. Филатов. – М. : Издательство политической литературы, 1987. – 400 с.
6. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 495 с.
7. Крысин Л.П. Толковый словарь иностранных слов / Л.П. Крысин. – М. : Изд-во Эксмо, 2005. – 944 с.
8. McCloskey D.N. The Rhetoric of Economics / D.N. McCloskey. – Madison : University of Wisconsin Press, 1985. – 223 p. 9. Расков

Д.Е. Экономическая теория как риторика / Д.Е. Расков // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5 «Экономика» : научно-теоретический журнал. – 2005. – № 3. – С. 13–30.

Яроцька Г. С. Основні лінгвістичні напрями дослідження економічного дискурсу

Анотація. У статті охарактеризовано основні напрями новітніх досліджень економічного дискурсу, який є об'єктивацією економічної свідомості нації. Типологія економічного дискурсу має бути побудована з урахуванням не тільки тематики та жанрових різновидів, а й різноманітних форм існування свідомості: наукової, буденної, релігійної тощо.

Ключові слова: економічний дискурс, економічна свідомість.

Yarotska G. The main directions of studies of economic discourse

Summary. This article outlines the of economic discourse, which is the objectification of economic consciousness of the nation. Typology of economic discourse should be built not only taking into account the themes and genre varieties, but also taking into account the existence of different forms of consciousness (scientific, everyday, religious, etc.), reflected in discursive practices.

Key words: economic discourse, economic consciousness.