

УДК 81

**Шамраева К.В.**

*Ростовский государственный экономический университет*

## **СЛОЖНОСТРУКТУРИРОВАННЫЙ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ДИСКУРС КАК ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ ФЕНОМЕН**

**K. Shamraeva**

*Rostov State University of Economics*

### **COMPLEX-STRUCTURAL INSTITUTIONAL ECONOMIC DISCOURSE AS A LINGVOCOGNITIVE PHENOMENON**

*Аннотация.* В статье рассматривается сложно-структурированный статусно ориентированный (институциональный) экономический дискурс как лингвокогнитивный феномен, специфическим образом преломляющий отражение окружающей действительности и конструирующий особую реальность, выделяются структурообразующие параметры (интенциональная база, коллективное когнитивное пространство, субъект дискурса и лингвистическая составляющая) и описываются лингво-когнитивный и собственно лингвистический планы экономического дискурса. Проведённое исследование позволяет сделать вывод о том, что экономический дискурс образует некое «рамочное пространство», накладывающее сильные ограничения на возможные высказывания и «координирует» текстовую систему высказываний.

*Ключевые слова:* экономический дискурс, лингвокогнитивный и собственно лингвистический планы дискурса, интенциональная база дискурса, коллективное когнитивное пространство, субъект дискурса.

*Abstract.* Structurally complex and status-oriented (institutional) economics discourse is considered as a lingvo-cognitive phenomenon. In a specific way it reflects the surrounding reality and constructs a special reality. The author investigates structure-forming parameters such as intentional base, collective-cognitive field, subject of discourse and linguistic component as well as lingvo-cognitive and linguistics proper planes of economics discourse. This study suggests that economics discourse creates a sort of “framework space” imposing strong constraints on a prospective utterance and “coordinates” a system of textual utterances.

*Key words:* economics discourse, lingvo-cognitive and linguistics proper planes of discourse, intentional base of discourse, collective-cognitive field, subject of discourse.

В настоящем исследовании дискурс понимается (в соответствии с позицией В.В. Чернявской, О.Л. Михалевой и других исследователей) как вербализация определённой ментальности, языковой коррелят определённой общественной практики, специфическим образом преломляющий отражение окружающей действительности и конструирующий особую реальность.

Согласно классификации, предложенной В.И. Карасиком [1], все виды дискурсов, с позиции участников общения, распадаются на лично ориентированные и статусно ориентированные дискурсы. Экономический дискурс является статусно ориентированным дискурсом, поскольку он находится в определённых институциональных рамках, накладывающих сильные ограничения на акты высказывания и определяющих условия действия актов высказывания. Таким образом, экономический дискурс можно определить как статусно ори-

ентированный дискурс, за которым встаёт особая ментальность, упорядоченная и систематизированная представителями экономического института как формы общественного устройства.

Е.Ю. Махницкая [4, 275-278] пишет о целесообразности использования нескольких уточняющих терминов при описании институционального экономического дискурса и предлагает для этого следующие: *общий дискурс – частный дискурс – конкретный дискурс*, – отмечая, что «каждый подвид дискурса соотносится с другим, как микрокосм с макрокосмом», то есть всё, что присуще макрокосму, отражается в микрокосме, и наоборот.

Так, в рамках экономического дискурса можно выделить, например, частный (промышленный) дискурс, в рамках которого в зависимости от критериев (отрасли, вида деятельности, рода продукции и т. д.) выделяются конкретные дискурсы, которые, в свою очередь, структурируются на субдискурсы (табл. 1):

Каждый из перечисленных дискурсов – общий, частный, конкретные дискурсы и субдискурсы – представляет собой «экспликацию определенной когнитивной модели, в рамках которой не только специфическим образом отражается окружающая действительность, но и конструируется присущий определенному социуму способ видения мира» [4, 277]. Каждый из них является «ог-

раничивающим индивидуальную свободу фактором речевой деятельности, своеобразной “границей свободе языка”» [4, 277]. Каждому из дискурсов «соответствует свое коллективное когнитивное пространство» [4, 277]. Каждый из «поддискурсов» имеет свои собственные цели, которые, тем не менее, так или иначе, соотносятся с целью общего экономического дискурса.

Таким образом, мы определили, что экономический дискурс представляет собой сложноструктурированный статусно ориентированный (институциональный) дискурс, представленный как институциональными, так и неинституциональными формами общения на каждом из своих уровней – общий дискурс, частные дискурсы, конкретные дискурсы и субдискурсы.

Очевидно, что существуют параметры, присущие всем конституантам (поддискурсам) общего экономического дискурса и позволяющие отграничить его от других институциональных дискурсов.

Проблема определения и классификации структурообразующих (или, у некоторых исследователей, системообразующих) параметров (признаков, характеристик) уже давно находится в фокусе интересов всех исследователей различных типов дискурса, и каждый решает её по-своему, применительно к изучаемому объекту.

Подчеркнём, что в настоящем исследовании дискурс понимается как вербализация

Таблица 1

<i>общий дискурс</i>	<i>экономический дискурс</i>	
<i>частный дискурс</i> (один из многих)	<i>промышленный</i>	
<i>конкретные дискурсы</i>	<i>легкая промышленность</i>	<i>тяжелая промышленность (индустрия)</i>
<i>субдискурсы</i> (лишь некоторые из входящих в конкретные дискурсы)	<i>текстильный швейный обувной меховой пищевой и т. д.</i>	<i>металлургический машиностроительный горный нефтяной деревообрабатывающий и т. д.</i>

определённой ментальности, языковой коррелят определённой общественной практики, *специфическим образом преломляющий отражение окружающей действительности и конструирующий особую реальность*. Это означает, что в структурообразующих параметрах должны быть отражены такие конституанты, которые, с одной стороны, представляют собой «центр притяжения» для тематически близких, «своих» текстов, а, с другой стороны – позволяют говорить о дискурсе как о «предзаданном способе мышления» (по М. Фуко).

Итак, учитывая предыдущий опыт и в чём-то обобщая его, мы можем предложить следующий подход к определению структурообразующих параметров институционального экономического дискурса как лингво-когнитивного феномена:

1) **Интенциональная база**, или цель дискурса, которую, применительно к экономическому дискурсу, можно сформулировать как удовлетворение биологических (в еде, жилье, одежде и др.) и социальных (в образовании, защите, развлечениях и др.) потребностей, возникающих вследствие материальных, духовных, денежных и имущественных интересов субъектов экономического дискурса.

Во-первых, интенциональность любого дискурса представляет собой «центр притяжения», тот самый критерий, который позволяет определить целесообразность того или иного речевого действия и разграничить «свои», тематически близкие, и «чужие», нерелевантные для данного дискурса, тексты.

Во-вторых, интенциональность позволяет определить конститутивные функции одного дискурса в противопоставление другим видам дискурса. Так, к *конститутивным функциям экономического дискурса* можно отнести следующие:

а) установление и регулирование отношений между людьми в процессе производства и обмена товаров;

б) вербальные действия по анализу, планированию, контролю и регулированию экономических процессов;

в) интеграция и дифференциация экономических субъектов;

г) создание «языковой реальности» поля экономики и её интерпретация с целью манипуляции сознанием (как способа контроля за действием экономических субъектов).

2) **Коллективное когнитивное пространство**. По образному замечанию А.В. Олянича, «дискурс – это пространство для реализации концептов» [6, 71]. Из этого следует, что каждому из дискурсов соответствует своё коллективное когнитивное пространство как определённым образом структурированная совокупность знаний и представлений, которыми необходимо обладают все личности, входящие в тот или иной социум [2, 61]. Это пространство детерминирует как понимание, усвоение, осознание текстов, так и создание, продуцирование, выбор языковых единиц.

Доминантную конституанту коллективного когнитивного пространства экономического дискурса представляет собой *концептуальная картина мира*.

Базовым концептом концептуальной картины мира субъектов экономического дискурса является концепт «экономика» во всей его экстенсии, то есть экономика как совокупность средств, объектов, процессов, используемых людьми для обеспечения жизни путём создания необходимых человеку условий и средств существования с применением труда; экономика как организация, структура и состояние хозяйства страны (региона и т. д.) или какой-либо отрасли хозяйственной деятельности; экономика как научная дисциплина, изучающая какую-либо отрасль производственной или хозяйственной деятельности и экономика как система экономических отношений, экономический базис.

Концептуальная картина мира современного экономического дискурса в эпоху рыночных отношений претерпела значительные изменения по сравнению с концептуальной картиной мира в эпоху советской плановой экономики. Следствием смены доминантных концептов явилась *смена ценностных установок*. В настоящее время основ-

ной ценностью в дискурсивных стратегиях и тактиках стал индивидуализм, при котором интересы отдельных экономических субъектов ставятся выше интересов общества, коллектива. В социокультурных сценариях приоритетные позиции занимают принципы рационализма, прагматизма, индивидуализма в условиях конкуренции, соперничества с целью самореализации и обогащения. В итоге «смысловой доминантой дискурсивной нормы современного экономического дискурса можно считать обман, обеспечивающий возможность сохранения наличных коммуникативных структур в условиях расходящихся или практически несовместимых интересов» [3, 51].

Интересно отметить, что господствующий социокультурный сценарий предопределил появление субъекта, действующего в соответствии с ним, который получил обозначение «экономический человек» – «условное общее понятие, представление о человеке как о рационально мыслящем субъекте, строящем свои планы и действия исходя из принципа получения максимальной выгоды» [7, 405].

3) **Субъект дискурса**, который определяет когнитивное и оценочное пространство дискурса и его коммуникативную и структурную организацию, поскольку «каждый член языкового социума вносит вклад в материальную субстанцию дискурса своим языковым опытом и каждый член языкового социума является потребителем дискурса» [8].

Экономический дискурс относится к институциональному виду общения, то есть осуществляется в общественных институтах, общение в которых является составной частью их организации. Социальный институт внешне представляет собой совокупность лиц, учреждений, снабжённых определёнными материальными средствами и осуществляющих конкретную социальную функцию. С содержательной стороны социальный институт представляет собой «определённый набор целесообразно ориентированных стандартов поведения в определённых ситуациях» [9, 235].

Институциональное общение является статусно ориентированным, в котором обычно участвуют две стороны – представители институтов (сотрудники) и клиенты, нуждающиеся в их услугах [11, 59]. Участник общения в экономическом дискурсе – это *экономический субъект* – «лицо, осуществляющее экономическую хозяйственную деятельность, будь то человек, семья, предприниматель, предприятие, государство» [7, 334] – как представитель одной из сторон коммуникации. В общем виде формула коммуникации в институциональном экономическом дискурсе выглядит следующим образом:

<b>экономический субъект</b>	↔	<b>экономический субъект</b>
(человек, семья, предприниматель, предприятие, государство и т.д.)	↔	(человек, семья, предприниматель, предприятие, государство и т.д.)

Варианты при этом могут быть самые разнообразные, например: человек ↔ предприятие, предприятие ↔ предприятие, предприятие ↔ государство, государство ↔ государство и т. д.

Кроме предложенного подхода к рассмотрению участников коммуникации в дискурсе, существует и другой [5], согласно которому в дискурсе присутствуют адресант, прямой адресат и адресат-наблюдатель. Прямой адресат (или слушающий) в экономическом дискурсе может быть как коллегой, товарищем, союзником, напарником, так и конкурентом, соперником, оппонентом, противником. Ключевыми в данном списке являются коллега и конкурент. В качестве адресанта и прямого адресата здесь выступает либо самостоятельный субъект в социально-экономическом плане, либо социопрагматически связанный с ним коммуникант (под которым понимается как физическое, так и юридическое лицо). Адресат-наблюдатель в экономическом дискурсе более конкретен – это потребитель (тот, кто пользуется товаром или услугой) или покупатель (человек, принимающий решение о покупке), на максимальное удовлет-

ворение потребностей которых направлена любая экономическая деятельность.

Таким образом, субъектом экономического дискурса логично считать участника дискурса (*экономический субъект*), который может выступать как *продуцент (говорящий)*, *реципиент (слушающий)* (коллега или конкурент)) или *наблюдатель* (покупатель или потребитель)).

4) Эмпирический базис, или *лингвистическая составляющая* экономического дискурса как языковое выражение определённой общественной практики, или код-язык (по О.Г. Ревзиной), или языковой коррелят (по В.Е. Чернявской) в форме социолекта как подъязыка экономики, реализующегося в различных текстах различных жанров и стилей.

Отдельно оговорим, что *специфический хронотон*, выделяемый многими исследователями как структурообразующий параметр, таковым, по нашему мнению, не является, хотя, безусловно, должен учитываться при исследовании любого дискурса. Дело в том, что, с одной стороны, он не является конституирующим признаком собственно дискурса и не влияет на интенциональную базу и функции экономического дискурса, которые, по сути, являются вневременными, надвременными, а, с другой стороны, пространственно-временные рамки как социально-исторический фон, на котором функционирует тот или иной дискурс, помогают лучше понять, например, коллективное когнитивное пространство соответствующего временного периода и доминирующие в нём концепты, которые в значительной степени влияют на ценностные ориентиры и предопределяют дискурсивные стратегии и тактики.

Таким образом, структурообразующими параметрами *сложноструктурированного статусно ориентированного (институционального)* экономического дискурса можно считать: *интенциональную базу*, детерминирующую функции экономического дискурса, *коллективное когнитивное пространство*, доминантной конституантой которого является *концептуальная*

*картина мира*, базовые концепты которой актуализируют те или иные *ценности* в качестве приоритетных и соответствующие им *дискурсивные стратегии и тактики* в достижении целей и задач, а также *субъект дискурса* (*экономический субъект*, который может выступать как *продуцент, реципиент* или *наблюдатель*) и *лингвистическую составляющую экономического дискурса* как языковое выражение определённой общественной практики.

По замечанию В.В. Красных, любой дискурс имеет два плана – лингвокогнитивный и собственно лингвистический [2, 114-115]. *Лингвокогнитивный план дискурса* связан с языковым сознанием, обуславливает выбор языковых средств, влияет на порождение и восприятие текстов, проявляясь в контексте и пресуппозиции. В настоящее время уже научно подтверждена точка зрения, согласно которой человек описывает окружающую действительность только так, как она спроецирована в его мозгу. В то же время субъективный образ окружающего мира объективно ограничен идиомом, в котором эксплицирован опыт определённого социума в целом. Идиом, как опыт общества в целом, формирует и детерминирует личный жизненный багаж индивидуума, но, с другой стороны, здесь нет жёсткой детерминированности, поскольку каждая ситуация может быть описана языковыми средствами по-разному, так как существует возможность использовать неидентичные подходы к трактовке ситуации и разноструктурные единицы номинации.

*Собственно лингвистический план дискурса* составляют языковая система в виде соответствующего подъязыка и дискурсивные тексты.

Лингвокогнитивный план любого дискурса первичен по отношению к собственно лингвистическому плану, поскольку в значительной степени детерминирует отбор и сочетаемость языковых единиц, и имеет процессуальный характер. Собственно лингвистический план выступает как следствие (в соответствии с целями и задачами определённого дискурса) формируется опре-

делённый социолект) и представляет собой результат в виде образования формальной структуры – текста.

Лингвокогнитивный план дискурса прежде всего включает в себя интенциональную базу, представляющую собой некий «стержень» дискурса, коллективное когнитивное пространство, концептуальную картину мира и ценностные ориентиры. Все перечисленные составляющие детерминируют дискурсивные стратегии и тактики, в том числе речевые, субъектов дискурса.

Собственно лингвистический план включает в себя языковые средства общенационального языка, представляющего собой «строевой материал» дискурса, и определённого социолекта, служащего для выражения определённой общественной практики, реализующиеся в различных текстах различных жанров и стилей.

Отметим, что мы разделяем точку зрения исследователей, считающих, что любой дискурс представляет собой систему ограничений, некое «рамочное пространство», предопределяющее такие, а не иные стандарты коммуникативно-речевого поведения отдельных лиц в типичных ситуациях. Так, например, В.Е. Чернявская пишет, что «дискурс – это система ограничений, накладываемых на возможные высказывания в силу определённой социальной, идеологической, в том числе научной позиции» [10, 79], и утверждает, что дискурс выражает «надындивидуальное, коллективное речевое действие, которое институционализировано, то есть связано с относительно устойчивыми типами и формами социальной практики, посредством которых организуется общественная жизнь, обеспечивается устойчивость связей и отношений в рамках социальной организации общества» [10, 79].

Это означает, что дискурс, как «предзаданный способ мышления» или языковой коррелят определённого сегмента человеческой коммуникации и познания, способен «координировать» текстовую систему высказываний, образуя «рамочное пространство» вокруг «своего» – неких однородных идей,

смыслов, теорий и т. д. – и отсекая всё то, что не попадает в «рамку дискурса».

Применительно к экономическому дискурсу можно говорить о том, что «рамочное пространство» сложноструктурированного институционального экономического дискурса образуют следующие границы:

– *пространственно-временные*, не являющиеся конституантой собственно дискурса, но в значительной степени предопределяющие появление тех или иных концептов, ценностей и, как следствие, социокультурных сценариев;

– *институциональные границы*, предполагающие использование определённого набора целесообразно ориентированных стандартов поведения в определённых ситуациях;

– *ограничения, связанные с субъектом дискурса*, с личностью говорящего, его профессиональной и лингвистической компетенцией, занимаемого им социального положения и выполняемой им социальной ролью, предполагающие определённую позицию коммуниканта в дискурсном поле экономики;

– *лингвистические границы*, зависящие как от внутрисистемных факторов, так и внелингвистических, и обусловленные особенностями подъязыка экономики как языкового коррелята определённой ментальности и эксплицирующиеся, проявляющиеся в дискурсивных текстах.

Таким образом, сложноструктурированный статусно ориентированный (институциональный) экономический дискурс представляет собой лингвокогнитивный феномен, образующий некое «рамочное пространство», накладывающее сильные ограничения на возможные высказывания и «координирующее» текстовую систему высказываний. Лингвокогнитивный и собственно лингвистический планы экономического дискурса свидетельствуют о его процессуальном характере, приводящем в результате к образованию дискурсивных текстов, составляющих эмпирический базис для описания дискурса, которое требует включения данных об организации комму-

никативно-когнитивных процессов, приведших к созданию этих текстов.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 390 с.
2. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: Гнозис, 2003. 375 с.
3. Махницкая Е.Ю. Смысловая доминанта дискурсивной нормы современного экономического дискурса // Филологический вестник. Ростов-на-Дону: РГПУ, 2010. № 3. С. 51-59.
4. Махницкая Е.Ю. Взаимосвязь термина и дискурса в аспекте гипо-гиперонимических отношений // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: 5-я Международная научная конференция. Челябинск, 2010. С. 275-278.
5. Михалева О.Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: Дисс...канд. филол. наук. М., 2004. 289 с.
6. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса. Монография. Волгоград: Парадигма, 2004. 507 с.
7. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М, 1999. 479 с.
8. Ревзина О.Г. Понятийный аппарат лингвистики дискурса // II Международный съезд русистов-исследователей. М.: МГУ им. Ломоносова, Филол. ф-т, 18-21 марта 2004 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.philol.msu.ru> (дата обращения: 01.05.2011; 19.05.2011).
9. Социология. Основы общей теории / Г.В. Осиповская, Л.М. Москвичева. М.: Аспект пресс, 1996. 461 с.
10. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. М.: Флинта: Наука, 2006. 132 с.
11. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: Монография. М.; Волгоград: Перемена, 2000. 368 с.