

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

В.В. Мелюх, О.Ф. Жилевич

Полесский государственный университет

г.Пинск, Республика Беларусь

E-mail: valeriameluh@gmail.com

Данная статья посвящена анализу основных подходов к исследованию экономического дискурса.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, экономический дискурс, подход, коммуникация, речевая ситуация.

Когнитивная лингвистика как направление в языкознании начала свое развитие в конце XX века. Согласно определению исследовате-

лей В.З. Демьянкова и Е.С. Кубряковой, когнитивная лингвистика изучает язык как когнитивный механизм, играющий роль в кодировании и трансформировании информации [4, с. 53-55].

Принципиальным термином в теории когнитивной лингвистики является «дискурс», который имеет несколько различных определений и подходов. Это усложняет представление о его сути и истинном значении.

Современные исследователи различают несколько онтологических аспектов в понятии «дискурс». Например, Ю.С. Степанов рассматривает дискурс как отражение языковой и социокультурной реальности: дискурс является особым способом использования языка для выражения ментальности, что проявляется в особой грамматике и правилах лексики [5, с. 38–39].

По мнению В.В. Красных, дискурс – «вербализованная речемыслительная деятельность, объединяющая как языковой, так и экстралингвистический аспекты» [6, с. 200]. Она также выделяет два плана дискурса – лингвистический и лингвокогнитивный. Лингвистический план связан с языком и проявляется в использованных языковых средствах и порожденных текстах (дискурс как результат). Лингвокогнитивный план связан с языковым сознанием, влияет на выбор языковых средств и проявляется в контексте и пресуппозиции (дискурс как процесс).

Исследователи И.Н. Горелов и К.Ф. Седов отмечают, что дискурс отражает взаимодействие языковых личностей и представляет собой речевое произведение, полностью охватывающее его когнитивные и социокультурные характеристики [7, с. 147].

Лингвист В.И. Карасик рассматривает дискурс как коммуникацию между людьми, учитывая их принадлежность к определенной социальной группе или к типичной речевой ситуации, например, институциональной коммуникации [8, с. 233–234].

Т.А. ван Дейк представляет дискурс как коммуникативное событие, где языковая форма, значение и действие объединяются в единое целое. Введенное им понятие прагматического контекста помогает понять дискурсную информацию, принимая во внимание условия общения. Прагматический контекст представляет собой теоретическую и когнитивную абстракцию различных физических, биологических и других ситуаций [9, с. 19]. Важно отметить, что исходный контекст коммуникации меняется в процессе речевого акта. К этому исходному тексту относятся не только события, происшедшие непосредственно перед речевым актом, но и информация, связанная с предшествующими состояниями и событиями. Таким образом, согласно Т.А. ван Дейку, дискурс является сложным коммуникативным явлением, включа-

ющим в себя как текст, так и внеязыковые факторы, влияющие на его создание и восприятие.

В современных исследованиях сформировалась коммуникативно-функциональная парадигма понимания дискурса, где подчеркивается его связь с контекстом и внеязыковыми факторами. Так, американский лингвист Д. Шиффрин определяет дискурс как «ингерентно контекстуализированные высказывания», то есть как единицы устной или письменной речи. [10, с. 41]. Исследователи Ю.Н. Караулов и В.В. Петров рассматривают дискурс как сложное коммуникативное явление, включающее текст и экстралингвистические факторы, такие как знания о мире, мнения, установки и цели адресата. [9, с. 8].

Таким образом, дискурс – это широкое и многозначное понятие, которое используется во многих гуманитарных науках. Каждая наука имеет свою собственную интерпретацию этого термина. В соответствии с целями данной работы, наиболее подходящее определение вывели теоретики Л. Филипс и М. Йоргенсен [11], которые утверждают, что дискурс – это язык, организованный в соответствии с социальными структурами, отражающими высказывания людей в различных сферах общественной жизни. Так, дискурс можно определить как речь, которая использует язык для передачи информации и идей в контексте социальной среды.

Экономический дискурс, в свою очередь, как разновидность институционального дискурса – это множество речевых актов, которые связаны со сферой экономики и включают как тексты, созданные специалистами, так и те, которые составлены непрофессионалами. Такие тексты передают информацию о реалиях экономического мира [12, с. 54-62].

Языковые особенности экономического дискурса во многом пересекаются с характеристиками языка СМИ. В условиях растущего внимания к языку массовой коммуникации как самостоятельному стилистическому явлению, ученые подчеркивают недостаточную разработанность вопросов, касающихся его внутренней функционально-стилевой дифференциации. Язык массовой информации характеризуется взаимопроникновением различных стилей и их разновидностей, что приводит к размытой стилевой структуре. Функционально-стилистические особенности газетных текстов подробно изучены в работах В.Г. Костомарова, А.Н. Васильевой, И.П. Лысаковой, О.А. Лаптевой, Г.Я. Солганика, а также в исследованиях, посвященных языку англо-американской прессы, таких как труды И.С. Стамма и А.Б. Наера.

При анализе газетно-публицистического стиля выделяются две его ключевые функции: информационная и воздействующая. Согласно

положениям российского исследователя В.В. Виноградова, каждый текст газетно-публицистического стиля в той или иной мере реализует обе эти функции, определяя степень их выраженности в зависимости от содержания и задач коммуникации [13, с. 5-36].

Неотъемлемой частью экономического дискурса является специфическая лексика, представим её разновидности в следующей таблице, учитывая характер исследования, направленный на анализ двух иностранных языков:

Таблица. Группы специфической лексики в экономическом дискурсе.

Группа специфической лексики	Пояснение	Пример
Общенаучные термины	Термины, которые используются в различных областях знаний и принадлежат научному стилю речи в целом.	Прогрессировать, эквивалент, адекватный, прогнозировать и т.д. Aspect – аспект, category – категория, classification – классификация, method – метод, approach – подход; la loi – закон, l'hypothèse – гипотеза, l'analyse – анализ, le schéma – схема.
Специальные термины	Термины, которые закреплены за определенными научными дисциплинами, отраслями производства и техники; например, в экономике.	Инфляция, спрос, предложение, фьючерсы, деривативы, акции и т.д. Accepting house – акцептный банк, acquisition – поглощение, sales revenue – выручка; la bourse – биржа, le droit du travail – трудовое законодательство, le troc – бартер
Финансово-экономические клише, штампы, шаблонные выражения	В основе данной группы лексики часто лежат стереотипные метафоры. Кличе в широком значении – речевые стереотипы, готовые обороты, используемые в качестве легко воспроизводимого в определенном контексте стандарта. Терминологические клише включают идиомы, устойчивые выражения и стереотипы речи, набор готовых фраз.	Потенциальный рынок, доллар падает/поднимается, урезать затраты, канал распределения, движение капитала и т.д. Debt burden – долговая нагрузка, revenue stream – источник дохода, economic recovery – стабилизация экономически; la croissance du PIB – прирост ВВП, <u>l'économie en stagnation</u> – экономика стагнирует, <u>pression fiscale</u> – налоговое бремя
Аббревиатуры	Лексемы, образованные сокращени-	Бык (биржевый спекулянт, играющий на повышение), медведь (биржевый

<p>ем слова или словосочетания и читаемые по алфавитному названию начальных букв или по начальным звукам слов, входящих в него.</p>	<p>спекулянт, который ожидает падения котировок) и т. д. Blue Chip (акции крупных и стабильных компаний), shell company (компания для финансовых манипуляций или сокрытия активов); écégmage (стратегия, при которой инвестор или компания забирают максимум прибыли) – снятие сливок, bulle spéculative (резкий рост цен на активы с последующим обвалом) – спекулятивный пузырь</p>
---	---

<p>Единицы жаргона</p>	<p>Неофициальные обозначения понятий, предметов специального и неспециального характера, бытующие в разговорной речи представителей той или иной профессии.</p>	<p>ВВП (Валовой внутренний продукт), ОАО (Открытое акционерное общество), МВФ (Международный валютный фонд) и т. д. CFO (chief financial officer) – финансовый директор, CEO (chief executive officer) – главный исполнительный директор; PME (Petites et Moyennes Entreprises) – МСП (Малые и средние предприятия), IR (Impôt sur le Revenu) – подоходный налог</p>
------------------------	---	--

Примечание – Источник: собственная разработка

Экономический дискурс, помимо специфической лексики, характеризуется также синтаксическими особенностями: в нем широко используются сложные и сложноподчиненные предложения, которые помогают точно передавать экономические концепции. Структура предложений играет ключевую роль в передаче информации и построении аргументации в экономических текстах.

Стоит отметить особую роль метафоры в экономическом дискурсе. Исследования показывают, что при восприятии метафор активируются определенные когнитивные структуры, связанные с исходным образом метафоры [14, с. 63]. В экономическом дискурсе это может означать, что использование метафор влияет на то, как мы организуем информацию о процессах, событиях и стратегиях. Так, метафоры создают образы и ассоциации, облегчая понимание сложных экономических концепций.

Эпитеты, яркие качественные оценки, используются в экономическом дискурсе для придания выражения и эмоциональной окраски описаниям: удачная инвестиция, неэффективное управление.

Сравнения используются для наглядного обеспечения аудитории представления о сложных экономических процессах. Например: «Рост валютного курса как стрела, летящая вверх» [15, с. 86].

Таким образом, экономический дискурс обладает как лексическими, так и синтаксическими особенностями. В соответствии с целями данной работы, подчеркивается важность метафорического языка экономического дискурса. Метафоры влияют на когнитивные и эмоциональные аспекты восприятия, что необходимо учитывать при переводе текстов экономической направленности для достижения адекватности перевода, воспринимаемого носителем языка.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Ксензенко, О. А. Прагматические особенности рекламных текстов / О. А. Ксензенко // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие. – М.: Изд-во Московского университета, 2003. – С. 334-353.

2. Кубрякова, Е. С. Номинативный аспект речевой действительности / Е. С. Кубрякова. – М.: Наука, 2018. – 215 с. Harry Potter [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.harrypotter.ru/>. – Date of access: 05.03.2025.

MAIN APPROACHES TO THE STUDY OF ECONOMIC DISCOURSE

V.V. Melyukh, O.F. Jilevich

Polesky State University

Pinsk, The Republic of Belarus;

E-mail: elizavetapacuk@gmail.com

This article is devoted to the analysis of the main approaches to the study of economic discourse.

Keywords: cognitive linguistics, economic discourse, approach, communication, speech situation.