

Лут К. А.,

Запорізький державний університет, м. Запоріжжя

ДЕМАРКАЦІЯ ПОНЯТЬ “ЕКОНОМІЧНИЙ” ТА “ДІЛОВИЙ ДИСКУРС”

У статті пропонується визначення понять “економічний” та “діловий дискурс”, проводиться їх демаркація, описуються характерні особливості кожного з типів.

Ключові слова: економічний дискурс, бізнес-дискурс, професійно скерований дискурс, економічний текст.

В статье предлагается определение понятий “экономический” и “деловой дискурс”, проводится их демаркация, описываются характерные особенности каждого типа.

Ключевые слова: экономический дискурс, деловой дискурс, профессионально ориентированный дискурс, экономический текст.

The article focuses on the definition and the demarcation of two notions: economic and business discourse. Their distinguishing features are described.

Key words: economic discourse, business discourse, professionally oriented discourse, economic text.

Однією із важливих сфер життєдіяльності суспільства є економіка, відношення у процесі матеріального виробництва (виготовлення, розподіл та споживання матеріальних благ). Тому у системі інституційного спілкування об’єктивно виділяється економічний дискурс. Комунікація у сфері економіки останнім часом набула широкого розповсюдження, що пов’язано із розкриттям міждержавних кордонів, глобалізацією економіки та, як результат, залученням все більшої кількості людей до економічного життя.

Соціальна взаємодія, як відомо, значною мірою відбувається через тексти, які породжує та сприймає особистість. Зрозуміло, що розв’язання багатьох економічних проблем залежить від того, наскільки коректно та адекватно ці проблеми будуть лінгвістично інтерпретуватись. Успішність інтеракцій у діловій сфері великою мірою залежить від вміння, з одного боку, формулювати правильне, переконливе, ефективне повідомлення, а з іншого, сприймати та розуміти репрезентовану інформацію. Саме тому кількість досліджень економічного дискурсу останнім часом значно зросла. Науковці досліджують як економічний (О. Г. Петушинська, 2008; К. В. Томашевська, 2000; О. Ю. Махницька, 2003; С. В. Губик, 2006; О. О. Точкіна, 2004), так і діловий (або бізнес) дискурс (Н. Г. Наумова, 2005; Л. П. Науменко, 2008; Б. Е. Азнаурьян, 2005; Т. В. Чрділелі, 2004; Т. О. Ширяєва, 2006; О. Ю. Кланцакова, 2003). Серед науко-

вих розвідок зустрічаються такі, що ототожнюють ці два типи дискурсу (Н. Г. Наумова, 2005; О. Г. Петушинська, 2008; Н. М. Щьокіна, 2001; Р. Є. Пилипенко, 2007), а також такі, в яких діловий дискурс вважається різновидом економічного (Л. П. Науменко, 2008). Робіт, в яких ці два феномени розглядаються як окремі типи дискурсу, ще не існує. В цьому полягає актуальність даного дослідження. *Метою* статті є визначення та демаркація понять “економічний” та “діловий дискурс”.

Проблема, що постає перед науковцями на самому початку дослідження економічного дискурсу є, як не дивно, термін, що використовується на позначення даного поняття. На сучасному етапі розвитку лінгвістики ще не існує єдиної думки щодо терміна, який повинен позначати мову економічної науки. Деякі науковці вважають, що вираз “економічна мова” для позначення цього феномену не є достатньо термінологічним. Не є вдалим у цьому випадку і запозичений термін “мова для спеціальних цілей”, бо це викликає уявлення про існування “особливої мови”, що має суттєві відмінності від мови загальнозживаної [10, с. 110]. Деякі вчені надають перевагу термінові “професійно скерований дискурс”, бо сфера економічної діяльності охоплює численні та різні дискурси [4, с. 56] і не може бути зведена лише до сфери економіки. Професійно скерований дискурс у вузькому значенні слова розуміється як певна “сукупність текстів та висловлювань з економічної тематики (у найширшому суспільному та культурно-історичному контексті), структурованих за допомогою лексико-семантичних, фразеологічних та граматичних засобів”. У широкому значенні – це “сукупність комунікативних подій, відображених у галузі економічної діяльності” [4, с. 57]. Комунікативні події розглядаються із урахуванням їхніх цінностей, історичних, суспільних та культурних контекстів, специфіки сприймання економічного світу мовцями.

На нашу думку, термін “професійно скерований дискурс” встановлює обмеження на сферу використання економічного дискурсу професійним спілкуванням і передбачає комунікацію лише між фахівцями певної сфери. Таким чином він виключає тексти, адресовані масовій аудиторії, для кого економіка не є професією. А як відомо, учасниками комунікації в економічній сфері можуть бути як спеціалісти, так і неспеціалісти. Зацікавленість масового реципієнта економічними проблемами, подіями та явищами значно зросла за останні десятиріччя, що зумовлено проникненням економіки до повсякденного життя людей. Ми вважаємо термін “економічний дискурс” найбільш вдалим, бо окрім економічної мови він охоплює всі інші складові економічного життя людей.

Другою проблемою, з якою стикаються дослідники економічного дискурсу, є визначення самого поняття. Тлумачення поняття “економічний дискурс” можна проводити у двох напрямках. Виходячи із розумін-

ня дискурсу як тексту у нерозривному зв'язку із ситуативним контекстом та розширюючи його на сукупність текстів, економічний дискурс можна розглядати як “систему текстів, поєднаних однією тематикою, які виникають у процесі комунікації в сфері економіки під впливом різноманітних факторів (екстралінгвістичних, прагматичних, соціокультурних та ін.)” [9, с. 124].

Другий підхід до визначення економічного дискурсу є більш широким та розглядає це поняття як комунікативну подію, що виступає як інтегративна сукупність окремих комунікативних актів, результатом якої є змістовно-тематична сукупність багатьох економічних текстів, поєднаних єдиною тематикою. Такі тексти виникають в процесі комунікації в сфері економіки під впливом різноманітних факторів і функціонують у певному соціумі на основі їхньої референційної подібності у межах однієї предметної області [9, с. 124]. У такій інтерпретації економічний дискурс відповідає критеріям смислової та формальної єдності та логічній і семантичній зв'язності.

Як бачимо, обидва підходи визнають, що головною складовою та “домінантою” [1, с. 6] економічного дискурсу є тексти з економічних та бізнес джерел. Під економічним текстом розуміється текст, написаний професіоналом-економістом (теоретиком чи практиком), предметом якого є тлумачення економічних понять, подій та явищ, інформування про сучасний стан економіки, а також про виробництво, розподіл та споживання благ, і який є адресованим суб'єкту, що має інтуїтивне або свідоме уявлення про гроші та їхні функції як засіб обігу, вимір вартості та засіб збереження [5, с. 131-132]. Економічний текст представляє собою особливий тип тексту, призначений для фіксації, збереження та передачі економічних знань, який є вербальним результатом економічної дискурсивної діяльності, що передувала його створенню [1, с. 6]. Таке тлумачення зменшує кількість текстів, предметом яких є економіка та які можна віднести до економічного дискурсу, воно виключає з цього ряду тексти, написані не економістами (наприклад, художні тексти).

Всі дослідники економічного дискурсу звертають увагу на неоднорідність текстів, що репрезентують даний тип дискурсу та визначають різні типи текстів. Так, Н. М. Щьокіна виділяє два типи текстів у відповідності до видів діяльності: учбова/ наукова та професійна [9]. У класифікації О. Ю. Попова визначається три рівні економічного спілкування: професійний, теоретичний та побутовий [5]. В. О. Ямшанова пропонує виділяти мову спеціальності та мову професії у межах мови економіки [10, с. 116]. Мова спеціальності – це мова, що обслуговує комплекс отриманих шляхом спеціальної підготовки та досвіду роботи знань, вмінь та навичок, необхідних для певного виду діяльності в межах певної професії. Професійна мова – це мова, що використовується в офіційно заявленому

занятті людини, яке є основним джерелом її доходу. Виділення різних мов у межах одного типу дискурсу вважаємо недоцільним, оскільки для демаркації понять автор використовує екстралінгвістичні чинники, що є ознакою дискурсу. Крім того поняття “мова” асоціюється із певним набором фонетичних, граматичних та лексичних особливостей, що передбачає існування значних відмінностей між мовами спеціальності та професії. Основні відмінності треба шукати у сфері використання певних текстів, у ситуаціях спілкування та в інших позамовних чинниках (учасники спілкування, прагматичні цілі повідомлень тощо).

Оскільки лінгвістичні дослідження останніх десятиріч зробили поворот від поверхового опису мови до більш глибокого проникнення у різні аспекти мовних явищ, здійснюючи лексико-граматичний аналіз поряд із урахуванням всіх екстралінгвістичних параметрів, то з’явилася можливість розділити діловий та економічний типи дискурсу. Доцільність диференціації цих двох типів доводиться суттєвими розбіжностями у сферах використання вищезазначених типів дискурсу, різними комунікативними ситуаціями, агентами дискурсу, цілями їхнього спілкування та принциповими відмінностями між текстами, що репрезентують ці два типи дискурсу. Отже, тексти, які науковці відносять до навчальної та наукової діяльності, пропонуємо залишити сфері економічного, як різновиду наукового інституційного дискурсу. Професійна діяльність, у свою чергу, обслуговується діловим дискурсом, який відноситься до професійного типу дискурсу. Тексти побутового економічного спілкування ми зараховуємо до персонального типу дискурсу.

Економічний дискурс є відносно “молодим” поняттям, яке впевнено захоплює місце у сучасних лінгвістичних дослідженнях. Під економічним дискурсом ми розуміємо спілкування у сфері економіки, все сказане та написане про економіку професіоналами, неспеціалістами та журналістами [8, с. 7]. Особливості цього типу дискурсу зумовлюються його залежністю від розвитку самої економічної науки та економічного стану країн, а також тісним зв’язком з іншими сферами людської комунікації. Економічний текст – це цілісна концептуально та структурно організована одиниця психомовленнєвої діяльності людини, функціонально вбудована в універсальний і / чи обмежений часом і простором економічний дискурс [2, с. 19]. Він слугує засобом комунікації в економічній сфері буття і, як домінанта економічного дискурсу, характеризується певними особливостями, зумовленими адресованістю таких текстів широкому ряду реципієнтів та контекстом.

Під діловим дискурсом, користуючись визначенням Н. Г. Наумової, ми розуміємо безпосередньо, “процес комунікації в економічній галузі з урахуванням його інтер- та екстралінгвістичного контекстів” [3, с. 256], але додаємо, що така комунікація безпосередньо пов’язана із професій-

ною сферою діяльності економістів та бізнесменів. Визначною рисою ділового дискурсу є ситуація ділового спілкування, метою якого є контакт із клієнтом або діловим партнером у процесі господарчої діяльності, тобто до ділової комунікативної ситуації залучається обмежена кількість учасників. Мета даного спілкування також має певні обмеження і полягає у досягненні взаємовигідної угоди. Економічний дискурс, на відміну від ділового, спрямований на необмежену аудиторію, оскільки останнім часом спостерігається зближення наукової та буденної сфер, особливо у сфері економіки, яка сама по собі є складовою частиною повсякденного життя людей.

Ділова комунікація ґрунтується на вмінні налагодити взаєморозуміння з партнерами або колегами. Тексти ділового дискурсу насичені імперативністю, вольовими моментами, бо головною комунікативною настановою цього типу дискурсу є залучення адресата на свій бік, переконання його в перевагах співробітництва з адресантом [3, с. 257]. Або, якщо спілкування відбувається в межах однієї установи, то основною метою є передача наказів, доручень, обмін службовою інформацією, звідси й директивність та нормативність комунікації.

Тематика текстів ділового дискурсу є більш вузькою та стосується лише вироблення, продажу та купівлі товарів або послуг. Структура текстів є чіткою, зафіксованою, шаблонною, оскільки договори, фінансові звіти, ділові листи та контракти створюються відповідно до конвенційних, закріплених у мові правил та деколи з урахуванням певних міжкультурних правил та стандартів. Ділові тексти відрізняються від текстів економічного дискурсу своєю стислістю, економним використанням мовних засобів, шаблонністю та об'єктивністю.

Визначними рисами ділового дискурсу можна назвати консерватизм та жорстке дотримання норм мовного вживання, що робить тексти стандартними, позбавленими своєрідності. У ділових текстах об'єктивні мовні форми, що постійно повторюються, стають стереотипними фразами, сталими сполученнями, позбавленими індивідуальності. Наприклад, *here in after referredas, the total value of the goods under the present contract* та ін. [6, с. 63].

Характерною рисою таких текстів є ситуативність, тобто, з одного боку, вони породжуються у типових ситуаціях (наприклад, комунікація на підприємстві, у його підрозділах, а також спілкування за його межами, тісно пов'язане з діяльністю даної організації), але, з іншого боку, кожен комунікативний акт у діловій сфері є індивідуальним із урахуванням екстралінгвістичних факторів, що його супроводжують.

Тексти економічного дискурсу характеризуються різноманітністю мовних засобів та граматичних форм, неоднорідністю лексичного складу (використання тропів, комбінацій лексики різних жанрів), вони не мають

усталеної, однакової для всіх типів тексту, структури, що диктується задачами підвищення сили впливу економічних текстів.

Отже, в основі ділової комунікації лежить обмін інформацією. І чим швидше такий обмін буде відбуватися, тим швидше та ефективніше будуть проходити перемовини, підписуватися контракти, виконуватись доручення тощо. Напружений темп сучасного життя залишає обмаль часу на довгі роздуми, просторі пояснення та зайві, двозначні слова. Крім того, розлогі пояснення, відхилення від мовної норми можуть призвести до комунікативної невдачі та зниженню ефективності діяльності [6, с. 63]. Тому у висловлюваннях підприємців відсутні непомірна докладність, неясність та багатослівність [3, с. 258].

Економічний дискурс має інші цілі та сферу вживання. Його основними цілями є 1) опис подій, що відбуваються в економічному житті суспільства; інформування про стан економіки, її розвиток або занепад, формування певного ставлення до цих подій та заохочення до певних дій, 2) формування економічних теорій та 3) дослідження напрямків розвитку економіки, рівня життя населення. Навіть якщо економічні тексти представлені підручниками з економіки, вони все одно спрямовані на масового реципієнта, що пов'язано із тотальною зацікавленістю суспільства економікою. Спрямованість економічних текстів на переконання реципієнтів збагачує їх системою доказів, що зближує її з науковими текстами [7, с. 14].

Комунікантами економічного дискурсу виступають журналісти, держава, вчені, викладачі, наукові співробітники та інші учасники економічного процесу. Учасники ділового дискурсу – агенти-клієнти, не зустрічаються в жодному із видів економічного дискурсу, тобто діловий дискурс має специфічну групу комунікантів. До жанрів економічного дискурсу можна віднести інтерв'ю, репортажі, економічні новини, лекції, наукові семінари, дискусії, конференції, прес-конференції, а до ділового – перемовини, співбесіди, наради.

Варто звернути увагу ще на таку відмінність між цими двома типами, як відкритість економічного дискурсу, перетин з дискурсами інших сфер життя та діяльності сучасної людини [8, с. 7]. Так дослідження економічного типу виявило його зв'язок з масово-інформаційним, науковим, дидактичним та юридичним дискурсами. Діловий дискурс, у свою чергу, відрізняється своєю замкненістю, не сполучуваністю з іншими типами, він є закритим утворенням.

Отже, підсумовуючи все вищезазначене, можна зробити висновок, що діловий та економічний дискурс – це два окремих типи, кожен з яких має цілу низку лінгвістично-релевантних ознак, чікими найважливішими конститутивними та диференційними рисами є специфічна мета спілкування, специфічний зміст та учасники дискурсу, різний набір комунікативних ситуацій та орієнтованість на різні аудиторії, репрезентованість

різними текстами, з властивим їм набором мовних засобів. Економічний дискурс передбачає знання про економіку, він містить “мову про економіку” [10, с. 117], мову економічної теорії / науки та актуалізується у спілкуванні спеціалістів-теоретиків. Діловий дискурс – це “мова в економіці” [10, с. 117], це вміння, необхідні для професійної комунікації, мова економічної практики, на робочому місці, спілкування професіоналів-практиків між собою та з третіми особами, непрофесіоналами.

Демаркація двох типів дискурсу, економічного та ділового, диктує подальше дослідження економічного дискурсу, спрямоване на визначення характерних особливостей мовних засобів, властивих орієнтованим на масового реципієнта економічним текстам.

Література:

1. Валько Н. А. Футуральность в газетном тексте экономической тематики : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : спец. 10. 02. 19 “Теория языка” / Н. А. Валько. – Краснодар, 2006. – 29 с.
2. Лікунь М. Російський економічний текст у функціонально-стилістичному та соціолінгвістичному аспектах. – Автор. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10. 02. 02 “Російська мова” / Май Лікунь. – Сімферополь, 2008. – 20 с.
3. Наумова Н. Г. Реалізація комунікативно-прагматичних настанов ділового дискурсу / Н. Г. Наумова // Мовні і концептуальні картини світу. – К. : КНУ, 2000. – С. 255–261.
4. Пилипенко Р. Є. Інституційний комунікативний простір Німеччини (фахова мова економіки) : дис. ... доктора філол. наук: 10. 02. 04 / Пилипенко Ростислав Євгенович. – Київ, 2007. – 426 с.
5. Попов А. Ю. Формы экономических текстов и дискурсов / А. Ю. Попов // Текст и дискурс: проблемы экономического дискурса : сб. научн. ст. – СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 2001. – С. 130–137.
6. Потапова Н. М. Эвфемизмы и деловой дискурс / Н. М. Потапова. – М. : МАКС Пресс, 2009. – 136 с.
7. Томашевская К. В. Лексическое представление языковой личности в современном экономическом дискурсе / К. В. Томашевская. – СПб. : Изд-во СПб гос. ун-та экономики и финансов, 1998. – 134 с.
8. Шереметьева А. А. Метафоры немецкого экономического дискурса: Автореф. дис. на стиск. учен. степени канд. филол. наук: спец. 10. 02. 04 “Германские языки”. – Иркутск, 2009. – 17 с.
9. Щекина Н. М. Типы текста в экономическом дискурсе / Н. М. Щекина // Текст и дискурс: проблемы экономического дискурса: сб. научн. ст. – СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 2001. – С. 123 – 130.
10. Ямшанова В. А. Дидактические уроки лингвистического анализа экономического текста / дискурса / В. А. Ямшанова // Текст и дискурс: проблемы экономического дискурса: сб. научн. ст. – СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 2001. – С. 110–123.