

КОММУНИКАТИВНЫЙ ФЕНОМЕН

Внешнеэкономический дискурс: категории и концепты



Михаил ВАЛЬКОВСКИЙ,
первый заместитель
главного редактора
газеты «Рэспубліка»

Влияние медиа на процессы стратегического партнерства в Беларуси предполагает теоретическое осмысление как отражения ими внешнеэкономического сотрудничества со странами-партнерами, так и механизмов воздействия на него. В данном контексте значительный интерес для исследования представляет внешнеэкономический дискурс общенациональных ежедневных печатных медиа «Советская Белоруссия», «Рэспубліка», «Звязда», «Народная газета».

Область общения homo ekonomikus

Существуют различные определения дискурса. «С тех пор как фокус исследований в современной лингвистике сместился с формального анализа текста к функциональному и динамическому, термин «дискурс» стал невероятно популярен» [1, с. 230]. Как отмечает российский исследователь Е.А. Кожемякин, «...медиадискурс мыслится как любой вид дискурса, реализуемый в поле массовой коммуникации, продуцируемый СМИ» [2]. По его мнению, можно говорить о политическом, религиозном, педагогическом и прочих медиадискурсах. Подразумевается, что для своей реализации данные типы институционального дискурса предполагают наличие относительно устойчивого набора практик производства, трансляции и интерпретации медиатекстов. Признаками

типа институционального дискурса, согласно В.И. Карасику, являются его компоненты – участники, условия, организация, способы, тематика [3].

Впрочем, количество различного рода определений, классификаций и детализации типов, признаков и параметров дискурса, в силу его многоаспектности, допускающей множество подходов, в литературе превышает все разумные пределы. Каждый автор пытается внести собственный вклад в формулировку, применительно к изучаемому объекту. Очевидно, полагает российская исследовательница К.В. Шамраева, «что существуют параметры, присущие всем констигуантам (поддискурсам) общего экономического дискурса и позволяющие отграничить его от других институциональных дискурсов» [4, с. 210]. Тем не менее относительно выделения экономического дискурса как одного из основных видов институционального дискурса возражений нет: поскольку экономик пронизывает все стороны жизни современного человека, он сам стал homo ekonomikus.

Упоминание об экономическом дискурсе в рамках политического исследователя отмечают у ряда российских и зарубежных авторов (А.П. Чудинов, А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, Е.И. Шейгал, О. Йекель) [5]. Последний определяет экономический дискурс в широком смысле как все сказанное об экономике профессионала-

ОБ АВТОРЕ

ВАЛЬКОВСКИЙ Михаил Александрович.

Родился в 1958 году в д. Баркалабово Быховского района Могилевской области.

В 1979 году окончил биологический факультет БГУ имени В.И. Ленина, в 2003 году – Академию управления при Президенте Республики Беларусь.

С 1993 года работает в СМИ, с 1995 года – в редакции газеты «Рэспубліка», с 2003 года – первый заместитель главного редактора этой газеты.

Автор ряда научных публикаций.

Сфера научных интересов: теория журналистики, международная экономическая журналистика, информационный аспект глобализации и глокализации.

ми, журналистами, дилетантами, включая тексты. В работах А.Ю. Кланцаковой дается описание тематики, целей общения и участников экономического дискурса [6; 7]. Е.Ю. Махницкая характеризует его как совокупность всех речевых актов, используемых при описании и характеристике экономических реалий, понимая под экономическим дискурсом устные и письменные фрагменты текста и целые тексты, отражающие практику [8, с. 159].

Российская исследовательница М.И. Степанова отмечает, что «...дискурс основывается на трех основных элементах: процессе коммуникации, включающем участников с их когнитивными установками, контексте (вербальном, ситуативном или более широко культурном), в котором коммуникация протекает, и тексте, созданном в процессе коммуникации» [1, с. 232].

Дискурс, в отличие от такого феномена, как текст, перестает быть статическим, приобретает динамичные характеристики и измерение. Он, как правило, «встроен» в ситуацию, которая инициировала создание текста участниками коммуникации. Проанализировав и изучив данную ситуацию, можно интерпретировать текст, оценить его свойства, определить решаемые с его помощью цели и задачи, а также выполняемые функции. Следует отметить, что ситуация влияет как на ее непосредственных участников, так и на журналистов, которые, собственно, и создают медиатекст в русле определенного направления дискурса, руководствуясь когнитивными установками, профессиональным и жизненным опытом, а также явными и не явными стереотипами.

В дискурсе можно выделить лингвистический и экстралингвистический компоненты. Если первый однозначно выражается в выборе языковых средств и репрезентируется как результат (медиатекст, адаптированный к восприятию массовым сознанием), то второй менее очевиден: связан с осведомленностью коммуникантов о ситуации, ее предыстории, их базовой подготовкой и когнитивными установками. Он во многом детерминирует процесс создания и восприятия текстов, выбор лингвистических средств, жанровую реализацию.

Следует также учитывать, что дискурс, во-первых, обусловлен и предопределен



▲ На белорусско-российском форуме молодых журналистов «Общий взгляд в будущее» в Гомеле. Ноябрь 2012 года

проявлениями социальной активности людей, преследующих конкретные цели. И, во-вторых, он протекает в достаточно четко фиксированных условиях, как социально-экономических, так и конкретных обстоятельствах его реализации и инстанциализации. В связи с этим в дискурсе присутствуют два ключевых аспекта, которые неявно противоречат друг другу: с одной стороны, позицию субъекта дискурса можно интерпретировать как творчески активную, с другой – она является зависимой и производной от ситуации и контекста. Таким образом, «дискурс – продукт определенного сообщества» (например, экспертного или дипломатического), которое «устанавливает границы того, о чем можно говорить» [9, с. 567].

Исходя из этих подходов, под внешне-экономическим дискурсом в данной статье мы понимаем, во-первых, достаточно узкий его аспект: проблематику экономического сотрудничества Беларуси с ее стратегическими партнерами, в контексте происходящих в этой сфере глобальных процессов. Во-вторых, способ вербальной коммуникации (включающий в себя написание текстов, их верификацию и интерпретацию), связанный с различными контекстами (историческим, культурным, социально-экономическим), между субъектами международных экономических взаимоотношений.

Базовая проблема

Как отмечает российский исследователь Е.А. Кожемякин, «...дискурсы существуют... в динамичной форме векторов, направление каждого из которых задано некоторой проблемой» [10]. Ученый имеет в виду детерминированность основных параметров дискурса – предметной области, целей, языковых средств и речевых актов, когнитивных механизмов, специфики текстов, специфичных контекстов реализации, характеристик коммуникативных ситуаций. В соответствии с тем, что является базовой проблемой дискурса, как в нем осуществляется проблематизация и как распределяются в дискурсном поле возможные ответы на главные вопросы, все параметры дискурса и связи между ними начинают функционировать в определенном «режиме».

Базовая проблема внешнеэкономического дискурса, по нашему мнению, лежит в сфере межгосударственных экономических отношений, в которые вовлечены разнообразные взаимодействующие субъекты (правительства, предприятия различных форм собственности, банки, инвестиционные фонды и др.). Вместе с тем такой широкий круг субъектов, обладающих различными статусами, а также интенсив-

ность, поливариантность и качественная специфика взаимосвязей, как и их направленность, сила и масштаб, затрудняют ее более детальное определение.

Под базовой проблемой мы понимаем относящийся к данной сфере явно или неявно сформулированный вопрос или комплекс вопросов, возникших в ходе коммуникации и познания и конституирующих содержание, характер и тип дискурса. Сама дискурсная практика выступает как поиск ответов на них, причем вместо одних вопросов, на которые получены аргументированные и исчерпывающие ответы, появляются другие.

Анализ внешнеэкономического медиадискурса показывает, что его специфика в полной мере проявляется при ответах на три ключевых вопроса коммуникации: автор (кто говорит), адресат (кому говорят) и цели, которых пытается достичь коммуникатор.

При поиске ответа на первый вопрос можно выделить несколько категорий субъектов внешнеэкономической коммуникации, расположенных в определенной иерархии. Первая – это публичные фигуры, так называемые ньюсмейкеры: руководители государств, министры, послы, бизнесмены и т.д. Они вовлечены в ситуацию, обладают высоким статусом, и, соответственно, большим объемом эксклюзивной информации обо всех ее аспектах. Вторая – ученые, представители международных экономических организаций, иных структур и институтов, которые профессионально занимаются базовой проблемой. Данная категория субъектов, как правило, напрямую не вовлечена в ситуацию, знания о ней зачастую носят общий и вторичный характер. Тем не менее считать их беспристрастными экспертами нет оснований. В этом ряду следует также назвать и журналистов. Впрочем, роль журналиста в процессе коммуникации – создании дискурса – видится двойкой. Как полагает Е.А. Кожемякин, «...он не является абсолютным адресантом, а совмещает роли коммуникатора и реципиента, будучи таким же потребителем массовой информации, как и его аудитория» [2].

Очевидно, что профессиональный, обладающий эксклюзивной информацией ньюсмейкер во многом определяет социальную модель общения с журналистом. Так, А.Б. Бушев полагает, что «экономический медий-

ГДЕ КУПИТЬ ЖУРНАЛ?

АДРЕСА МАГАЗИНОВ И КИОСКОВ «БЕЛСОЮЗПЕЧАТИ» В МИНСКЕ, ГДЕ ПРОДАЕТСЯ ЖУРНАЛ «БЕЛАРУСКАЯ ДУМКА»:

Автовокзал «Восточный»	Ул. К. Маркса, 1	Пр. Победителей, 91
Автовокзал «Центральный»	Ул. К. Маркса, 21	Пл. Привокзальная, 3
Ул. Богдановича (около станции метро)	Ул. К. Маркса, 38	Ул. Притыцкого, 101А
Ул. Володарского, 16	Ул. Московская, 16	Пр. Пушкина, 77
Ул. Володарского, 22	Ул. Московская, 17	Ул. Рафиева, 61
Ул. Есенина, 16	Нац. аэропорт Минск	Ул. Рафиева, 62
Ул. Жилуновича, 31	Пр. Независимости, 8	Пр. Рокоссовского, 140
Ул. Жуковского, 5/1	Пр. Независимости, 10	Ул. Славинского, 37А
Ул. Жуковского, 10А	Пр. Независимости, 19	Ул. Советская, 11
Ул. Запорожская, 22	Пр. Независимости, 38	Ст. метро «Пл. Победы»
Ул. Кижеватова, 80/1	Пр. Независимости, 44	Ст. метро «Пушкинская»
Ул. Я. Коласа, 67	Пр. Независимости, 48	Ст. метро «Уручье»
Ул. Ленина, 14	Пр. Независимости, 74	Торг. центр «Столица»
Ул. Ленина, 15	Пр. Независимости, 98	Ул. М. Танка, 16
Ул. Ленина, 18	Ул. Некрасова, 35	Ул. В. Хоружей, 24/2
	Пр. Партизанский, 56	Бул. Шевченко, 7
	Пр. Победителей, 51/1	

ный дискурс – это пример дискурса специалистов для неспециалистов» [11, с. 87]. В свою очередь, сам ход взаимодействия, возможность реализации поставленных целей, выбор речевых стратегий и особенности употребления профессиональных терминов (языковых средств) непосредственно зависят от личностей, участвующих в общении. В связи с этим интерес представляет характер взаимодействия и трансформация высокотерминологичного языка профессионального внешнеэкономического дискурса в лексику популярного медийного.

Ответ на второй вопрос предполагает изучение адресатов внешнеэкономического дискурса. В этом качестве может выступать как самая широкая массовая аудитория, так и достаточно узкий круг лиц, принимающих решения в отношении страны-партнера (или тот сегмент бизнес- и промышленной элит, позиция которых имеет ключевое значение в этом процессе), определяющих их формат и содержание. Зачастую разделить эти группы реципиентов не представляется возможным. Но очевидно, что они обладают разными функциями, ролями и возможностями. Следовательно, можно говорить об использовании дискурса в качестве инструмента влияния как на все белорусское общество, так и на определенные его сегменты и коммуникации с ними.

Более того, внешнеэкономический дискурс как исследовательская категория важен для изучения не только с точки зрения своей внутренней аудитории, но и в плане его внешней проекции в глобальное информационное пространство. Таким образом, можно утверждать, что отечественная журналистика создает новое трансграничное информационное пространство, а информация становится источником развития национальной экономики.

Цели внешнеэкономического медиадискурса включают в себя, помимо описания действительности, ее оценку и объяснение (интерпретацию), актуализацию различных точек зрения относительно подходов к выбору путей развития, взаимосвязи и согласования интересов. А также регулирование (например, принуждение или ограничение) деятельности адресатов, воздействие на их сознание и поведение тем или иным способом, прогнозирование развития ситуации и т.д. Ведь, опираясь на известные факты и события, медиа могут

экстраполировать его ход и возможные варианты развития, описывая идеальное, желаемое и конструируемое положение вещей. Тем самым они оказываются способными в определенной степени влиять на их динамику и вектор. Однако предложенный медиа сценарий развития событий совсем не обязательно должен реализоваться, получить объективное подтверждение и быть адекватным будущим реалиям. Хотя вероятностный прогноз может вызвать изменения в сознании и мышлении значительных групп людей, демонтировать или деформировать те или иные устоявшиеся в общественном сознании стереотипы, оказать влияние на модели поведения. Особо следует оговорить, что прогностическая компонента медиадискурса по сути своей не является манипуляцией. Ведь сверхзадача журналиста-международника – привлечь внимание аудитории к тому или иному вопросу, ситуации, обозначить и артикулировать назревающую проблему, тот или иной вызов. А задача политиков, дипломатов, ученых – найти адекватный ответ на него. Чтобы выполнить свои функции, разобратся в сложных коллизиях, журналисту приходится уточнять причины и предпосылки, выяснять условия развития событий, определять скрытые мотивы и намерения их участников, оценивать правильность выбора средств и путей, обоснованность точек зрения и идей.

Эти подходы конкретизировала российская исследовательница Е.В. Соломина, по мнению которой, «среди основных свойств дискурса – способность навязывать значение и структурировать социальную реальность, причем успешно это могут осуществлять те акторы, которые обладают властным ресурсом, достаточным для производства и закрепления своей интерпретации феноменов социальной реальности» [12, с. 26]. Совершенно понятно, что журналисты необходимым для этого властным ресурсом не обладают. При этом воспроизводство значений также является важной функцией дискурса: как только определенный дискурс перестает воспроизводиться на постоянной основе, он уже не рассматривается как единственно возможный взгляд на конкретную проблему, появляются альтернативные ее интерпретации.

В результате работы журналист создаст медиатекст, в котором отражена реаль-

ность, в определенной мере отличающаяся от научного описания ее, от версий других авторов. Степень отличия обусловлена как полнотой и объективностью собранной информации, так и личностью журналиста. Медиатексты всегда динамичны и современны, они воспринимаются участниками коммуникации в контексте происходящих событий. При этом функция сообщения в них реализуется в той же мере, что и функция воздействия, для чего используется широкая палитра вербальных и невербальных средств. В связи с этим важным направлением при их изучении является анализ не только общих способов организации информации, но и частных особенностей, характерных для конкретных изданий, которые могут иметь свои жанровые предпочтения, отличительные, «фирменные» способы подачи материала.

В медиатексте также просматривается скрытая и явная оценочность: «...присутствие хотя бы одного эмоционального слова придает эмоциональность всему высказыванию. Оценочная лексика характерна для описания общественной жизни и политических событий и нередко использует разные виды переносных значений, в то время как прямые значения нейтральны» [11, с. 91]. Можно согласиться с Т.В. Науменко, которая утверждает, что «журналистика есть система деятельности, продуктом которой

является система оценок, оформленная как система текстов» [13].

Например, медиатексты в исследуемых белорусских медиа, посвященные экономическим аспектам белорусско-китайского стратегического партнерства за прошлый год. Характер сотрудничества передан такими оценочными словосочетаниями: «большие перспективы», «важное значение», «высокий уровень взаимопонимания», «достигнуты хорошие успехи и хорошие результаты», «плодотворное взаимодействие». Также отмечаются «интенсивные и плодотворные двусторонние контакты», «позитивная динамика развития диалога», «высокий уровень взаимной поддержки», «прорывной характер инвестиционного сотрудничества», «крупнейший в истории двустороннего сотрудничества проект».

Следовательно, дискурс можно считать таким видом «социального действия», который встраивается в коммуникативные, информационные, культурные, поведенческие и иные векторы отношений между различными субъектами изучаемой системы внешнеэкономических связей в динамичном режиме, в условиях их трансформации. Но следует сказать и об инерции данных отношений: они обычно существуют еще некоторое время после того, как породившая их обстановка уже стала иной. Часто для каких-либо трансформа-

► Лауреаты премии республиканского конкурса Белорусского союза журналистов «Золотое перо – 2011»



ций должна сформироваться новая реальность, чтобы эти отношения изменились навсегда. В этом кроются предпосылки для возникновения непонимания медиадискурса аудиторией.

Репрезентация реальности

В зависимости от того, как человек понимает медиатексты, у него формируются определенные представления о действительности и определенным образом нарабатывается личный и коллективный опыт. Намерения коммуникаторов и конечный результат априори разнятся: исходный замысел (интенция, идея) сообщается, как правило, в медиатексте воплощается в трансформированном в той или иной степени виде. Далее накладывается субъективность восприятия: адресат воспринимает не саму реальность, не полную и беспристрастную информацию о ней, а отображенную журналистом в медиатексте ее репрезентацию. Таким образом, замысел также изменяется или конструируется непосредственно в ходе «использования языка», в ситуации коммуникации с адресатом, который «дописывает» текст и «достаивает» его смысл. Следовательно, редко какой текст может быть понят полностью адекватно замыслу автора. На этот процесс влияют социальные, экономические, политические, культурологические, идеологические и многие другие характеристики медиааудитории.

В современных условиях под внешнеэкономическим дискурсом понимается специфическая область общения, содержательные аспекты которой актуализируются рядом базовых экономических концептов. А именно, проблематикой экономического сотрудничества Беларуси со странами – стратегическими партнерами, в контексте происходящих в этой сфере глобальных процессов, а также как способом вербальной коммуникации (написание и интерпретация медиатекстов), между субъектами международных экономических взаимоотношений.

Базовая проблема внешнеэкономического дискурса лежит в сфере межгосударственных экономических отношений, в которые вовлечен широкий круг взаимодействующих субъектов, обладающих различными статусами.

Важные составляющие дискурса – лингвистический и экстралингвистический компоненты, иначе говоря, медиатекст и языковые средства его создания и статус коммуникантов, их осведомленность о ситуации, ее предыстории, базовая подготовка и культурные установки.

Проблематика внешнеэкономического медиадискурса является одной из актуальных в современной журналистике: теоретическое осмысление и изучение ее позволяет создавать четкую картину закономерностей, тенденций и характеристик международных экономических процессов, а также понимать механизм формирования картины мира для аудитории. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Степанова, М.И. Когезия и когерентность как основополагающие характеристики публицистического дискурса / М.И. Степанова // Вестник СамГУ. – Самара, 2009. – № 7 (73). – С. 230–232.
2. Кожемякин, Е.А. Дискурс-анализ массовой коммуникации [Электронный ресурс] / Глобальный медиажурнал. Т. II, вып. 1. Весна 2011. – Режим доступа: http://www.gmj.sfedu.ru/v2i1/v2i1_kozhemyakin.htm. – Дата доступа: 10.12.2012.
3. Карасик, В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. трудов. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5–20.
4. Шамраева, К.В. Сложноструктурированный институциональный дискурс как лингвокогнитивный феномен / К.В. Шамраева // Вестник МГОУ. Сер. Лингвистика. – 2011. – № 4. – С. 209–215.
5. Шереметьева, А.А. Основные характеристики экономического дискурса (на материале немецкого языка) / А.А. Шереметьева [Электронный ресурс] / Вестник Кузбасской государственной педагогической академии. – Режим доступа: <http://vestnik.kuzsra.ru/>. – Дата доступа: 10.12.2012.
6. Кланцакова, А.Ю. Метафора в структуре экономического дискурса: опыт комплексного исследования (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / А.Ю. Кланцакова. – Иркутск, 2003. – 181 с.
7. Кланцакова, А.Ю. Проблема типологизации дискурса на примере анализа экономического дискурса / А.Ю. Кланцакова // Лингвистические парадигмы и лингводидактика: материалы VII междунар. науч.-практ. конф., Иркутск, 24–27 июня 2002 г. – Иркутск, 2002. – С. 67–75.
8. Махницкая, Е.Ю. О современном экономическом дискурсе / Е.Ю. Махницкая // Речевая деятельность: межвуз. сб. науч. трудов. – Таганрог, 2002. – С. 158–161.
9. Макарычева, М.Г. Дискурс как предмет изучения в сфере международной политики (пример американско-российских отношений) / М.Г. Макарычева // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Сер. Социальные науки. – 2006. – Вып. № 1. С. 567–574.
10. Кожемякин, Е.А. Дискурсная когерентность: к обоснованию проблемы / Е.А. Кожемякин // Проблемы современной дискурсологии: сб. науч. трудов. – Белгород: БелГУ, 2010.
11. Бушев, А.Б. Язык, говорящий о социуме: русский медийный и художественный дискурс об экономике / А.Б. Бушев // Политическая лингвистика. – 2009. – № 3 (29). – С. 87–100.
12. Соломина, Е.В. Дискурс-анализ в изучении внешней политики: сильные стороны и ограничения на примере концепции О.Вивера / Е.В. Соломина // Вестник СамГУ. – Самара, 2007, № 1 (51). – С. 24–30.
13. Науменко, Т.В. Журналистика как система деятельности: сущность, содержание, формы [Электронный ресурс] / Библиотека учебной и научной литературы. – Режим доступа: http://sbiblio.com/biblio/archive/naumenko_jur/. – Дата доступа: 18.12.2012.