

Наталія Перевалова

КЛЮЧОВІ КОНЦЕПТИ ЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ В ІСТОРИЧНІЙ ПЕРСПЕКТИВІ

Зважаючи на специфіку сучасної лінгвістики, актуальність теми роботи визначається: по-перше, загальною спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень, в основі яких полягає єдність «людина - мова - культура», де мова розглядається як форма і спосіб організації людської свідомості; по-друге, стрімким зростанням ролі економічної теорії в сучасному житті та підвищенням інтересу до вивчення

економічного дискурсу; по-третє, зверненням до історико-етимологічних даних, що дозволяють побачити етапи еволюції мовної економічної свідомості; по-четверте, необхідністю систематизувати, дослідити та описати ключові концепти мовної економічної свідомості.

Новизна роботи полягає в тому, що ми досліджуємо еволюцію економічної свідомості за допомогою діахронічного аналізу таких актуальних економічних концептів, як КОНКУРЕНЦИЯ, КОРРУПЦИЯ та РЫНОК (ці слова-репрезентанти були найчастотнішими асоціатами до слова-стимулу «економіка» за результатами нашого асоціативного експерименту).

Ми розуміємо економічну свідомість як складне та багатоаспектне ментальне уявлення, основними компонентами якого є економічне мислення, економічні мотиви, економічні норми та економічні уявлення, форми його існування та структуру [2]. Засобами мовної реалізації економічної свідомості на мовно-системному рівні, що виявляється на основі лексикографічних даних, — є сукупність всіх економічних термінів та лексем, семантично та тематично пов'язаних з економікою; на текстуальному (дискурсивному) рівні економічна свідомість проявляється як текстова реалізація цих термінів та понять; рівень суб'єктного потенціалу мовної свідомості виявляється в асоціативному полі економічних концептів.

Концепт РЫНОК, основним вербальним репрезентантом якого є лексема *рынок*, сучасне економічне значення, на нашу думку, в російській мові є семантичною калькою з англійської *market* — «ринок», який спочатку позначав місце торгівлі в англійській мові, а згодом розширив своє значення внаслідок метонімічного переносу (місце торгівлі - сфера товарообігу). При цьому спостерігається значне розширення концепту: від позначення місця, де відбувається купівля-продаж чи обмін товарами до системи соціально-економічних відношень у сфері обміну товарами та послугами, яка охоплює як місцеві базари, так і світовий ринок, його принципи існування та механізми. Це може підтверджуватися великою кількістю похідних слів: *маркетинг, маркетолог, маркетинговий, супермаркет, гипермаркет* та ін. при відсутності лексеми *маркет*.

Не дивлячись на те, що концепт РЫНОК у нинішньому вигляді є досить новим, він є актуальним концептом російської економічної свідомості, про що свідчить висока номінативна щільність концепту і здатність лексеми-репрезентанту та її похідних утворювати синтагматичні зв'язки, висока частотність слова «рынок»

- 283,3 ipm (instances per million words, вживань на мільйон слів) та «рыночный»
- 43,8 ipm (частотний словник).

Від простого позначення місця торгівлі - «торг-базар-ринок» - він розвинувся до одного з ключових концептів сучасної дійсності, який охоплює майже всі сфери життя людини. За радянських часів лексема *рынок* позначала лише місце торгівлі, а економічне значення «сфера товарообігу» репрезентувалося лексемою «капіталізм», яка мала негативну конотацію.

У нинішні часи ціннісний компонент концепту втратив негативну конотацію, що виявилось на лексикографічному рівні у зникненні в словникових статтях фраз на кшталт: «в капиталистических странах», «в капиталистической системе», «в капиталистическом обществе» та ін.

Для визначення понятійних ознак концептів ми аналізували енциклопедичні, етимологічні, тлумачні словники, а образні ознаки концептів було виявлено за допомогою експерименту, в ході якого інформантам (у кількості 80 осіб віком від 19 до 56 років) було запропоновано доповнити висловлювання: «Когда я думаю о 1. рынке/ 2. конкуренции/ 3. коррупции я представляю себе ...».

За результатами експерименту структуру концепту можна представити за допомогою міжфреймової єдності двох фреймів, які являють собою фрейм «*рынок* як місце торгівлі у роздріб» та «*рынок* як сфера товарообігу», що складається з наступних слотів:

1. Види ринків: *рынок ценных бумаг; рынок товаров и услуг; фондовый рынок; рынок труда; биржа.*

2. Суб'єкти ринкових відносин: *производитель; потребитель; предприятия; множество конкурентоспособных людей, оказывающих разные услуги; большое количество торговых представителей;*

3. Об'єкти ринкових відносини: *товар: товары; услуги; продукция; ценные бумаги; акции.*

4. Механізми ринкової системи: *купля-продажа; спрос; предложение; конкуренция; экспорт; импорт; цены; обмен;*

Образні ознаки концепту РЫНОК втілюються за допомогою метафор безумства та хаосу: *сумашедшие торги; хаос; кричащая навязчивость.*

Еволюції концепту сприяли такі фактори, як зміна оточуючої дійсності (політичні, економічні, соціальні та культурні зміни) та концептуальна інтеграція англійського «*market*» із російським «*рынок*».

Розглянувши концепт КОНКУРЕНЦИЯ, ми побачили, як у науковій економічній свідомості він змінювався залежно від соціальних, політичних та економічних умов: «конкуренция» як суперництво у різних сферах (XVIII-XIX ст.) & аксіо-нальна опозиція «конкуренции» як насильницької боротьби капіталістичних підприємців заради прибутку, що призводить до анархії, та «соревнования» як методу мобілізації трудової та творчої активності мас, що призводить до планомірного розвитку народного господарства (радянські часи) & «конкуренция» як суперництво, боротьба за досягнення більшої вигоди у різних сферах, або боротьба виробників за більш вигідні умови виробництва й реалізації товарів, ефективний механізм регулювання стихійного виробництва.

У мовній економічній свідомості носіїв російської лінгвокультури фактуаль-ний [3] (понятійний) компонент концепту КОНКУРЕНЦИЯ можна представити як певний фрейм-сценарій: «Конкуренция» - це суперництво, боротьба у певній галузі виробництва чи послуг між виробниками, організаціями, фірмами, колегами, людьми за кращі умови, ринок, клієнтів за допомогою оцінки конкурентів, регулювання співвідношення «ціна-якість» товару, реклами та маркетингу тощо.

Ціннісні ознаки концепту реалізуються у таких фреймах:

- конкуренція як самоствердження: *доказать, что кто-то лучше; борьба за первенство; борьбазалидерство;*

- конкуренція як виклик, шанс випробувати себе, ризикнути: *кот в мешке; сравнение возможностей;*

- конкуренція як спорт: *спортивные соревнования; гонки; стадион; тренировки;*
- конкуренція як агресивна, жорстока боротьба: *борьба за выживание; устранение конкурентов; война; агрессия; игра без правил; драка.*

Тож ми бачимо, що КОНКУРЕНЦІЯ є актуальним концептом нинішньої мовної економічної свідомості та наукового економічного дискурсу.

Розгляд концепту КОРРУПЦІЯ в історичній перспективі показав, що цей концепт був завжди притаманний російській лінгвокультурі, про що свідчить його номінативна щільність (за дорадянських часів він мав такі номінанти, як *мздоимство, взимок, лихоимание, лихоимство, накупка, многостяжание, дароприношение* та ін.; у радянські — *взятка, магарич*). За радянських часів концепт зазнав звуження, змістилася негативна конотація з особи, яка приймає хабарі, на особу що їх дає, проте зараз концепт знову відновлюється, зростає його рекурентність. Основними когнітивними ознаками концепту в сучасній науковій економічній свідомості є: 1. Підкуп хабарами посадових осіб. 2. Зловживання службовим положенням посадовцями з метою особистої вигоди.

Основними когнітивними ознаками концепту в буденній економічній свідомості носіїв російської лінгвокультури, за даними експериментів, є всеохоплюючий характер *коррупции, взяточничества* (сфери і суб'єкти процесу корупції), який втілюється в образі системи, та порушення закону (тут відбувається перетин концепту КОРРУПЦІЯ із концептом ЗАКОН). До ціннісних ознак відносяться ознаки корупції як маніпуляції, обману, зловживання посадою, несправедливості.

Отже, ми дійшли висновку, що становлення ринкової економіки веде до посилення особистішого у суспільстві та переорієнтації нашої свідомості на західні цінності та спосіб життя, що втілюється у мовній свідомості сучасних носіїв російської лінгвокультури. Ця тенденція охоплює всю сферу соціальних комунікацій та проникає в мову, визначаючи зміни як у сучасній економічній ситуації, так і в економічному дискурсі.

Оскільки зараз непереривно відбуваються процеси проникнення економічної науки до всіх сфер життя та активно розповсюджується ринкова модель свідомості, де все має свою ціну, дослідження економічного дискурсу та економічної свідомості вбачаються перспективними.

Література

1. Большой экономический словарь: 22000 терминов. - 4-е изд. / Под ред. А. Н. Азрилияна. - М.: Ин-т новой экономики, 1999. - 644 с.
2. Ложкін Г. В. Особливості та структура економічної свідомості / Г. В. Ложкін, В. В. Спасенин - ков, В. Л. Комаровська// Соціальна психологія. - 2004. -№1 (3). - С. 8-16.
3. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук: 10.02.01. / Слышкин Геннадий Геннадьевич. - Волгоград, 2004. - 323 с.