

DISKURSIVE BESONDERHEIT DER WIRTSCHAFTSSITUATION

E. Ju. Wygusowa, E. K. Tepljakowa

Lehrstuhl für Fremdsprachen, TSTU

*Rezensent Doktor der philologischen Wissenschaften,
Professorin M. N. Makejewa*

Schlüsselwörter: der Diskurs; die diskursive Besonderheit; die diskursive Welt; der integrative Diskurs; die Kanäle der Kommunikation; das Ökonomiks; die Redegenrebesonderheit; die sprachliche Persönlichkeit; die Wirtschaftsumgebung.

Zusammenfassung: Im vorliegenden Artikel wird die diskursive Besonderheit der Wirtschaftssituation untersucht, es wird den Mechanismus und die Wechselbeziehung des Personaldiskurses, des institutionellen Diskurses, des gegenständlichen Diskurses, des wissenschaftlichen Diskurses, des geschäftlichen Diskurses, des Massenmediendiskurses untersucht und es wird die Stelle des Wirtschaftsdiskurses in der diskursiven Welt bestimmt. Der Diskurs wird in seinem breitesten Verständnis betrachtet und wird als Text insgesamt mit den extralinguistischen, pragmatischen, soziokulturellen, psychologischen und anderen Faktoren bestimmt. Im Artikel werden die Kriterien für die Analyse des Wirtschaftstextes ausgezeichnet und es wird die Redegenrebesonderheit der Aussage, die formalen und semantischen Züge der Schlüsselwirtschaftswörter, die an der Realisierung der Einschätzung teilnehmen und sind die Träger der minimalen notwendigen Information für das Verständnis und für die Dekodierung der Einschätzung in der Struktur des publizistischen Wirtschaftstextes, analysiert.

Im vorgestellten Artikel werden wir versuchen, die Stelle der Wirtschaftssituation in der diskursiven Welt aufgrund der Forschungen der publizistischen Texte zu bestimmen. In den letzten Jahren, wann die Entwicklung der kommunikativen Sprachwissenschaft die Notwendigkeit der Synthese der in der Sprachwissenschaft, in der Soziologie, in der Psychologie, in der Philosophie entwickelten Ideen vorgeführt hat, ist der Terminus „der

Выгузова Елена Юрьевна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры «Иностранные языки»; Теплякова Елена Константиновна – кандидат филологических наук, доцент кафедры «Иностранные языки», e-mail: etepljakova@yandex.ru, ТамбГТУ, г. Тамбов.

Diskurs“ die Grenzen der Sprachwissenschaft des Textes überschritten. Der Diskurs wird in seinem breitesten Verständnis betrachtet und als Text insgesamt mit den extralinguistischen, pragmatischen, soziokulturellen, psychologischen und anderen Faktoren bestimmt [1], oder als Text, der in den Ereignisaspekt genommen ist. Die ähnliche Formulierung führt zur Idee zu, dass der Diskurs aller Wahrscheinlichkeit nach “der Text in der Bewegung“ mit seiner soziokulturellen Ausrichtung in einer bestimmten pragmatischen Situation ist [2, s. 210 – 214]. Der die Rahmen der Wissenschaft überschrittene und populär in der Publizistik gewordene „Diskurs“ geht in diesem Fall auf die französischen Strukturalisten und Nachstrukturalisten zurück, und vor allem auf M. Fuko. Hinter dem Gebrauch des Terminus „der Diskurs“ wird hier das Streben zur Präzisierung der traditionellen Begriffe des Stils und der individuellen Sprache durchgesehen. In diesem Fall interessieren sich die Forscher überhaupt nicht für den Diskurs überhaupt, sondern für seine konkreten Abarten, die reinen sprachlichen Merkmale, die stilistische Besonderheit.

Der Mensch nimmt am Diskurs als die sprachliche Persönlichkeit teil, unter deren man die Gesamtheit des Wissens und der Fähigkeiten verstehen muss, über die der Mensch für die Teilnahme am Diskurs verfügt. Dazu gehören das Wissen der möglichen Rollen in der Kommunikation, die Beherrschung der primären und sekundären Sprechgenres, und den ihnen entsprechenden Sprechtaktiken und den Sprechstrategien. Ähnlich dem gewohnten geographischen Raum der Erde ist der Diskurs mit „den Wegen der Mitteilung“ – den Kanälen der Kommunikation durchbohrt. Universell, sondern auch am meisten verwundbar für die Erhaltung, ist der mündliche Kanal, hinter ihm, nach der Zeit des Erscheinens in der Geschichte der Zivilisation, folgen den Brief, den Rundfunk, das Fernsehen, das Internet. Die Formen der Existenz des Diskurses sind die materiellen Realisierungen der Sprechgenres, deren primäres Verzeichnis von M. M. Bachtin [3] angeboten war.

Um den Wirtschaftsdiskurs richtig zu bestimmen, muss man die Reihe der typologischen Besonderheiten der existierenden diskursiven Welt vorstellen. So werden von den Positionen der Soziolinguistik traditionell zwei Typen des Diskurses ausgezeichnet: der persönliche Diskurs und der institutionelle Diskurs.

Der persönliche Diskurs ist von W. I. Karasik als Lebens- und Daseinkommunikation vorgelegt. Die Lebenskommunikation wird auf die Aufrechterhaltung des Kontaktes zwischen den gut bekannten Menschen zurückgeführt. Die Besonderheit der Lebenskommunikation wird in den Forschungen der Umgangssprache ausführlich widergespiegelt, sie ist ein natürlicher Ausgangstyp des Diskurses, der von der Kindheit organisch behalten wird [4]. In der Sphäre der offiziellen Kommunikation hebt sich der institutionelle Diskurs heraus, der die Kommunikation in den aufgegebenen Rahmen der Status-Rollenbeziehungen darstellt. Von W. I. Karasik wird die voraussichtliche Liste der Arten der institutionellen Diskurse, die aufgrund der zwei Systembildenden Merkmale gewählt werden, gebracht: des Ziels und der Teilnehmer der Kommunikation, die von dem Vorhandensein der sozialen Institute bestimmt werden: der politische Diskurs, der diplomatische Diskurs, der administrative Diskurs, der juristische Diskurs, der pädagogische Diskurs,

der religiöse Diskurs, der mystische Diskurs, der medizinische Diskurs, der geschäftliche Diskurs, der Werbediskurs, der sportliche Diskurs, der wissenschaftliche Diskurs, der Bühnendiskurs und der Masseninformati-
onsdiskurs [4]. Unter dem institutionellen Diskurs kann man die spezialisierte
Abart der Kommunikation zwischen den Menschen, die nicht einander wissen
können, aber sollen entsprechend den Normen der gegebenen Gesellschaft
kommunizieren, verstehen [5].

Die schnelle Veränderung der Genres des Diskurses, die zur Zeit
charakteristisch ist, macht die Grenzen der Abarten der Mehrheit der Typen des
Diskurses sehr bedingt. In Bezug auf die moderne Gesellschaft kann man den
Wirtschaftsdiskurs als ein der Typen des institutionellen Diskurses wählen. Die
Besonderheit des Wirtschaftsdiskurses wird in der Aggregatbildung mit den
anderen Typen der Diskurse der modernen Welt gezeigt. Der Wirtschaftsdiskurs
ist als integrativer Diskurs in der diskursiven Welt dargelegt. Der publizistische
Text wird im diesen Artikel als Genre des Wirtschaftsdiskurses betrachtet.

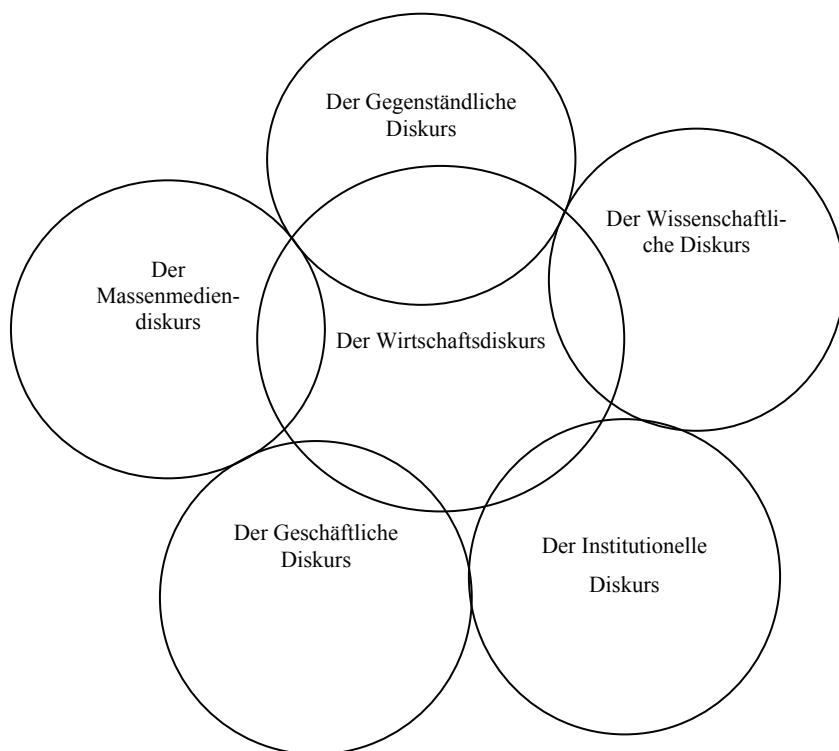
Schematisch kann man diese Beziehungen auf folgende Weise darstellen
[siehe das Schema]. Betrachten wir den Mechanismus und die Besonderheit
dieser Beziehungen.

1. Der gegenständliche Diskurs, der von der thematischen Einheit aller
Texte dargestellt ist – Ökonomiks.

2. Der wissenschaftliche Diskurs, der von der Einheit der
Bewertungsstereotype und ihrer Konzepte dargestellt ist. Im wissenschaftlichen
Diskurs entstehen und entwickeln sich alle diskursiven Wörter (Diskursive),
einschließlich die ökonomischen Wörter. Materiell prägt sich der
wissenschaftliche Diskurs im wissenschaftlichen Text aus und wird in den
wissenschaftlichen Termini repräsentiert.

3. Der institutionelle Diskurs, in dem sich die Ziele und die Teilnehmer der
Kommunikation herausheben. Die Hauptteilnehmer des institutionellen
Diskurses sind die Vertreter des Institutes und die Menschen, die sich an sie für
die Lösung des Problems wenden [5]. Der institutionelle Diskurs wird mit den
Status-Rollenbeziehungen zwischen den Kommunikationsteilnehmern
charakterisiert. In der Wirtschaft können das die Beziehungen der folgenden
Typen sein: der Abgeordnete – das Volk, der Werbeträger – der Kunde, der
Verkäufer – der Käufer u.ä. Die Arten des institutionellen Diskurses können je
nach den sich ändernden öffentlichen Instituten abwechseln. Je nach der
Aktualisierung dieser oder jener Wirtschaftsprobleme in dem Staat und in der
Gesellschaft kann die Wirtschaftsumgebung ihr institutionelle „Gewicht“
schwächen oder verstärken. Natürlich wird damit die Bewertungsindikation des
ganzen Wirtschaftsdiskurses gleichzeitig verstärkt oder geschwächt werden.

4. Der geschäftliche Diskurs, der mit den Triebkräften der
Wirtschaftsumgebung (dem Schema) gewöhnlich verbunden ist. Der
geschäftliche Diskurs ist die Makro- und Mikroumgebung der Gesellschaft, in
denen die vielfältigsten Wirtschaftssubjekte gelten. Die Mikroumgebung ist von
den Kräften, die die unmittelbare Beziehung auf der Firma und ihren
Möglichkeiten nach der Bedienung der Kundschaft haben, vorgelegt, d.h. von
den Lieferanten, den Vermarktungsvermittlern, den Kunden, den Konkurrenten
und den Kontaktzuhörerschaften. Die Makroumgebung ist von den Kräften des
breiteren sozialen Planes vorgelegt, die die Mikroumgebung von solchen



Die Stelle des Wirtschaftsdiskurses in der diskursiven Welt

Faktoren, wie die Faktoren des demographischen, wirtschaftlichen, technischen, politischen, kulturellen Charakters beeinflussen. So kann man im geschäftlichen Diskurs den handelnden Hauptpersonen des Wirtschaftsdiskurses, d.h. aller möglichen Subjekte der Einschätzung der Wirtschaftssituation darstellen. Der geschäftliche Diskurs macht den Wirtschaftsdiskurs pragmatischer und sozialer.

5. Der Massenmediendiskurs, der die Wirtschaftssituation in der Gesellschaft repliziert (verbreitet). In dem Massenmediendiskurs erwirbt der Wirtschaftsdiskurs die Striche der Regelmäßigkeit, der Vervielfältigung, der Entstilisierung und der Genreheit. Die Einschätzung in dem Massenmediendiskurs ist nicht nur die Funktion, sondern auch das Genre, da das Hauptziel der Massenmedien die objektive Einschätzung des Geschehenen ist. Die Hauptfunktion, in der die Texte der modernen zeitungspublizistischen Ausgaben die Kommunikation betreten, ist die Interpretationsfunktion. Die Presse hat unter Berücksichtigung der vielfältigen Kriterien und der Richtlinien eine besondere Rolle, das geschehende reale Ereignis zu interpretieren und ihm mittels der Sprechstrukturen eine bestimmte Einschätzung zu geben. Dabei, das reale Ereignis interpretierend, kann der Schreibende die Figur des Adressaten, der in den modernen sozialenpolitischen Bedingungen das Ziel des Aktes der Zeitungskommunikation bestimmt, nicht beachten.

Zur Zeit virtualisiert der Massenmediendiskurs aktiv die Wirtschaftsumgebung und gleichzeitig die Einschätzung der Wirtschaftssituation. Die Texte der modernen Massenmedien erscheinen als nationaler Strom des Bewusstseins

des modernen Menschen, als mentalsprachlicher Raum, in dem die Fragmente des nationalen Weltbildes, die vom sprachlichen Bewusstsein der Persönlichkeiten sowohl den Autor, als auch des Adressaten widerspiegelt sind, überquert und zusammengewirkt werden. Das tauscht die Beziehungen zwischen den Kommunikationsteilnehmern in den Massenmedien, aus der Ebene „der aktive Autor – der passive Adressat“ in die Ebene der Kognitivsprechwechselwirkung der Teilnehmer der Zeitungskommunikation bringend. Dabei ist der Adressat ein Teilnehmer der Kommunikation und ein aktiver Interpret der Sprechhandlungen des Adressanten. Die Wirtschaftssituation wird im Text, der aus den Wirtschaftswörtern repräsentiert und die Analyse der Wirtschaftssituation stützt sich auf der Analyse des Textes. Die Wirtschaftssituation, die in den Aussprüchen repräsentiert ist, gehört immer dem konkreten Autor und prägt sich im konkreten Genre aus. Im vorgestellten Licht wird möglich die Fragestellung über die diskursive Zugehörigkeit des Sprechgenres. Der Wirtschaftstext des konkreten Autors, der auf die konkrete Gegenreaktion berechnet ist, wird immer einem bestimmten Wirtschaftsgenre, das weder den konkreten Autor, noch des konkreten Adressaten hat, gehören. So wird die Wirtschaftssituation im Text repräsentiert und hat immer den Autor. Man kann die folgenden Kriterien für die Analyse des Wirtschaftstextes wählen:

- 1) die Sprechgenrebesonderheit des Ausspruchs;
- 2) die formalen und semantischen Striche der Schlüsselwirtschaftswörter, die an der Realisierung der Einschätzung teilnehmen und die Träger der minimal notwendigen Informationen für das Verständnis und die Dekodierung der Einschätzung in der Struktur des publizistischen Wirtschaftstextes sind;
- 3) die Autorenauswahl der formellausdrucksvollen und sprachlichen Mittel.

Es ist leicht zu bemerken, dass die Folge der Etappen der Analyse des ökonomischen (diskursiven) Textes geht, erstens, von weniger subjektiven zum mehr subjektiveren Element der Methodologie aus, und, zweitens, bestimmt den Inhalt des Nachfolgenden vorher. Insbesondere können die Tendenzen der Entwicklung des Marktes der Milchproduktion im Gebiet Tambow für einen bestimmten Zeitraum als Gegenstand solcher Analyse werden. Um die vorliegende Analyse zu verwirklichen, muss man den Text haben, in dem die Wirtschaftssituation zum vorliegenden Thema vorgestellt ist. Entsprechend der ersten Etappe der Analyse bestimmen wir die Zugehörigkeit des vorhandenen Textes dem Sprechgenre, wobei das vorhandene oder bestimmte System-Matrix der Wirtschaftsgenres sehr vielfältig sein kann. Zum Beispiel, es können die mathematisch geäußerten statistischen Angaben sein: der Monolog des Landwirts, der mit dem Jubiläum seiner Wirtschaft verbunden ist; das Interview des Leiters der Tambower Verwaltung, der Überblicksartikel in der Zeitung „die Stadt am Zna“; die Wahlagitation zum Thema der Entwicklung der Landwirtschaft; die kriminelle Chronik, die die negativen Faktoren der Entwicklung des Marktes der Milchproduktion und andere aufdeckt.

Das System der Wirtschaftsgenres kann sich nicht nur schriftlich, sondern auch mündlich ausdrücken, da, unserer Meinung nach, die mündlichen und schriftlichen Formen eine Zugehörigkeit eines beliebigen Sprechausspruchs,

und nicht des Systems der Sprechgenres sind. Wie es sich fand, verfügen wir im vorhandenen Fall über die konkrete Wirtschaftssituation – den Überblicksartikel des Journalisten A über die Tätigkeit der Milchbetriebe auf dem Territorium des Gebietes Tambow. Entsprechend dem in der konkreten Wirtschaftssituation bestimmten Genre betrachten wir Sprechgenrecharakteristiken der vorliegenden Wirtschaftssituation, die, wie es uns scheint, über die formalsten Komponenten und die am wenigsten subjektiven Merkmale verfügen. Insbesondere wird die willensstarke Teilnahme des Autors (die Objektiveneinschätzung) in der ersten Etappe nur auf die Auswahl dieses oder jenes Sprechgenres aus einer bestimmten Zahl der Möglichen Genre hinausläuft. Entsprechend den bestimmten sprachwissenschaftlichen Besonderheiten des Textes bestimmen wir den Grad der willensstarken Teilnahme des Autors im konkreten Ausspruch, d. h. die objektpersönliche Einschätzung der vorhandenen Wirtschaftssituation.

Literatur

1. Арутюнова, Н. Д. Типы языковых значений: оценка, событие, факт / Н. Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – 339 с.
2. Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М. : Искусство, 1979. – 424 с.
3. Гаспарян, Г. Р. Дискурс как типовая социокультурная и психологическая ситуация / Г. Р. Гаспарян // Типология дискурсивных категорий и средств организации дискурса в японском, армянском и русском языках : материалы Международ. шк. по лингвистической типологии и антропологии, г. Ереван, Республика Армения, 21 – 28 сент. 2005 г. / под ред. В. И. Подлесской, А. В. Архипова, Ю. А. Ландер ; Рос. гос. гуманитар. ун-т. – М., 2005. – С. 127 – 129.
4. Карасик, В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. / под ред. В. И. Карасика, Г. Г. Слышкина. – Волгоград, 2000. – С. 5 – 20.
5. Ракина, С. В. Когнитивно-дискурсивное пространство научного текста : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Ракина Светлана Владимировна. – Волгоград, 2007. – 542 с.

References

1. Arutyunova N.D. *Tipy yazykovykh znachenii: otsenka, sobytie, fakt* (Types of linguistic meanings: evaluation, event, fact), Moscow: Nauka, 1988, 339 p.
2. Bakhtin M.M. *Estetika slovesnogo tvorchestva* (Aesthetics of verbal creativity), Moscow: Iskusstvo, 1979, 424 p.
3. Gasparyan G.R., in Podlesskaya V.I., Arkhipov A.V., Lander Yu.A. (Eds.) *Tipologiya diskursivnykh kategorii i sredstv organizatsii diskursa v yaponskom, armyanskom i russkom yazykakh* (Typology of discursive categories and means of organizing discourse in Japanese, Armenian and Russian languages), Proceedings of the International School on Linguistic Typology and Anthropology, Yerevan, Republic of Armenia, 21-28 September 2005, Moscow, 2005, pp. 127-129.
4. Karasik V.I., in Karasik V.I., Slyshkin G.G. (Eds.) *Yazykovaya lichnost': institutsional'nyi i personal'nyi diskurs* (Linguistic identity: institutional and personal discourse), Volgograd, 2000, pp. 5-20.
5. Rakitina S.V. *PhD dissertation (Philology)*, Volgograd, 2007, 542 p.

Дискурсивная специфика экономической ситуации

Е. Ю. Выгузова, Е. К. Теплякова

ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов

Ключевые слова и фразы: дискурс; дискурсивная специфика; дискурсивный мир; интегративный дискурс; каналы коммуникации; речевая специфика; экономика; экономическая среда; языковая личность.

Аннотация: Исследована дискурсивная специфика экономической ситуации, рассмотрены механизм и взаимосвязь персонального, институционального, предметного, научного, делового, масс-медиа дискурсов и определено место экономического дискурса в дискурсивном мире. Дискурс рассмотрен в его самом широком понимании и определен как текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами. Выделены критерии для анализа экономического текста и проанализированы речевая специфика высказывания, формальные и семантические черты ключевых экономических слов, которые участвуют в реализации оценки и являются носителями минимально необходимой информации для понимания и декодирования оценки в структуре публицистического экономического текста.

Discursive Features of Economic Situation

E. Yu. Vyuzova, E. K. Teplyakova

Tambov State Technical University, Tambov

Key words and phrases: channels of communication; discourse; discursive specificity; discursive world; economic environment; economics; integrative discourse; linguistic identity; speech genre specificity.

Abstract: The authors studied the discursive features of the economic situation, discussed the mechanism and the relationship between personal, institutional, objective, scientific, business, mass media discourses and the place of economic discourse in the discursive world. Discourse is considered in its broadest sense and defined as the text in conjunction with the extra linguistic, pragmatic, socio-cultural, psychological, and other factors. The authors developed the criteria for the analysis of economic text and analyzed its speech genre specificity, identified formal and semantic features of key economic words expressing evaluation through the minimum information required to understand and decode evaluation in the structure of economic journalistic text.

© Е. Ю. Выгузова, Е. К. Теплякова, 2014

Статья поступила в редакцию 07.07.2014 г.