

[politicheskoy-frazeologii-pyataya-kolonna-i-pyataya-grafa](#) (дата обращения: 03.10.2014).

3. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: монография. / Е.И. Шейгал. - Волгоград: Перемена, 2000. – С.27.

REFERNECES

1. Karasik V.I. Language circle: Personality, Concepts, Discourse: monograph / V.I. Karasik. - Volgograd: Peremena, 2004 – pp. 36-39.
2. Shabalina E.V. Numerals in the Russian political phraseology: the fifth column and the fifth section [electronic resource] // Political Linguistics: scientific journal, 2011, Issue №1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/chislitelnye-v-russkoy-politicheskoy-frazeologii-pyataya-kolonna-i-pyataya-grafa> (date: 3 October 2014).
3. 3. Sheigal E.I. Semiotics of political discourse [Text] // E.I. Sheigal. – Volgograd: Peremena, 2000 - p.27.

УДК 81'33

А.Ю. Хачумян, Н.Е. Демидова
Российский университет дружбы народов

НЕКОТОРЫЕ ИЗ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

SOME OF LINGUISTICS ASPECTS IN ECONOMIC DISCOURSE

В данной статье рассматриваются лингвистические определения дискурса, и в частности экономического. Автор изучает несколько определений исследуемого термина и проводит наблюдение: где и как экономический дискурс зарождается.

Ключевые слова: дискурс, текст, речь, коммуникация, язык.

This article considers the notion of discourse in detail, particularly economic discourse. The author considers several definitions of the researched term and conducts a mini-survey: where and how economic discourse arises.

Key words: discourse, text, speech, communication, language

Считается, что понятие «дискурс», будучи одним из самых сложных понятий для толкования, неразрывно связано с понятием «текста», в первую очередь вследствие того, что при формировании определения

дискурса опираются на определение текста. Как известно, под текстом понимают:

1. внутренне организованную последовательность отрезков письменного произведения или записанной либо звучащей речи, относительно законченной по своему содержанию и строению [8];
2. всякую записанную речь (литературное произведение, сочинение, документ, а также часть, отрывок из них).

Термин «дискурс» заимствован из французского языка, в переводе «discours» означает речь, тип речи, текст, тип текста. Приведем наиболее простое и распространенное определение дискурса. Дискурс – это текст, взятый в событийном аспекте; речь, "погруженная в жизнь" [5]. Это определение очень лаконично по своему содержанию и дает наиболее общую характеристику понятия. Для более всестороннего понимания следует рассмотреть ряд толкований.

Известное определение В.И. Карасика, классика теории дискурса, гласит, что «дискурс – это общение людей, рассматриваемое с позиций их принадлежности к той или иной социальной группе или применительно к той или иной типичной речеповеденческой ситуации». То есть в современном использовании термина дискурс существует два основных употребления:

1. Дискурс понимается как речевая практика, т.е. «интерактивная деятельность участников общения, установление и поддержание контакта, эмоциональный и информационный обмен, оказание воздействия друг на друга, переплетение моментально меняющихся коммуникативных стратегий и их вербальных и невербальных воплощений в практике общения» [2].
2. Дискурс как сложное коммуникативное явление, не только включающее акт создания определённого текста, но и отражающее зависимость создаваемого речевого произведения от значительного

количества экстралингвистических обстоятельств – знаний о мире, мнений, установок и конкретных целей говорящего [1].

Таким образом, можно сказать, что при исследовании дискурса учитывается контекст, а также всевозможные условия, при которых осуществляется передача той или иной информации. Текст является формой, а дискурс значением.

Целью дискурса является предполагаемый результат коммуникации, то есть необходимость донести определенную информацию, с заведомо спланированной эмоциональной нагрузкой, с тем чтобы оставить у читателя определенное отношение к прочитанному.

Из определения В.И. Карасика можно также понять, что на эмоциональную составляющую, на личные мотивы и прочую наполненность информации, исходящей от одного индивидуума к другому влияет также ряд отдельных моментов. И в первую очередь, социальный статус, уровень развития, возраст, образование и внутренние мотивы говорящего.[3] Все это, так или иначе, влияет на значение информации, на суть сказанного, значение или использование сказанного в определенных условиях и является основной отличительной чертой текста и дискурса.

Немаловажно определиться с основными источниками экономического дискурса.

Каждый день мы общаемся с разными людьми, и каждый из этих разговоров затрагивает различные темы. Но если мы разобьем разговор на эти темы, то получим различные дискурсы и среди них обязательно найдется экономический. Людям свойственно обсуждать вопросы экономики и бизнеса, экономические изменения стали уже составляющей нашей повседневной жизни, тем более в свете переходного экономического периода, что по сути формирует экономические взаимоотношения.

Первыми и главными посредниками экономического дискурса являются средства массовой информации (СМИ), которые имеют очевидное влияние на человека и на его представления о мире. [6] Поступающий через новостные блоки телевидения, газет, и радио, а также через интернет объем информации играет определенную роль в формировании и нашей картины мира. Однако все большее место в нашей жизни занимает киберпространство. Предпочтение отдается интернету вследствие доступности и разнообразия имеющейся в нем информации, которая очень часто не структурирована, не всегда тщательно отобрана и подготовлена, но в интернете есть возможность удовлетворить различные вкусы и требования. Благодаря интернету можно познакомиться с разнообразными точками зрения и составить свою собственную. При наличии множества точек зрения у читателя есть возможность определить свою собственную позицию по тем или иным вопросам, независимо от того, какая цель преследовалась каждым из участников киберпространства. Таким образом, информация с появлением и развитием интернета, стала более субъективной, тем не менее, это все равно будет составляющей экономического дискурса.

Говоря об экономическом дискурсе, следует отметить все печатные и online издания, освещающие новости экономики: РБК, The Economist, The Times, The Wall Street Journal, BBC, CNN и т.д. Помимо этого есть еще очень много независимых экспертов, публикующих свои рассуждения в интернете. Каждый, кто участвующий в обсуждении того или иного экономического явления, вовлекается в экономический дискурс.

Таким образом, можно сказать, что все вышесказанное, взятое в совокупности и формируют экономический дискурс.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дейк Т.А. ван Язык. Познание. Коммуникация // БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ – 1989.
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс // Монография. Волгоград: Перемена – 2002.
3. Карасик В.И. «О категориях дискурса» // Волгоградский государственный педагогический университет – 2006.
4. Кланщакowa А.Ю. Метафора в структуре экономического дискурса: опыт комплексного исследования (на материале английского языка) – 2003.
5. Лингвистический энциклопедический словарь. – М., 1990.
6. Малюга Е.Н. Взаимовлияние деловой коммуникации и межкультурного делового дискурса // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена – 2008. – № 84. – С.146-148.
7. Малюга Е.Н. Особенности языка и культуры в деловой коммуникации / Е.Н. Малюга. – М.: МАКС Пресс, 2004. – 173 с.
8. Назарчук А.В. Этика глобализирующегося общества – 3.3.1 Дискурсы экономики // Directmedia Publishing – 2002.
9. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка.
10. Томашевская К. В. Экономический дискурс современника в его лексическом представлении // Диссертация на основе ученой степени доктора филологических наук – 2000.
10. М. Фуко Порядок дискурса // первая публикация в сборнике: Фуко М. Воля к истине: По ту сторону знания, власти и сексуальности – 1996.

REFERNECES

1. Dejk T.A. van Language. Cognition. Communication // BGK I. A. Bodujena de Kurtenje – 1989.
2. Karasik V.I. The language circle: personality, concepts, discourse // The monograph. Volgograd: Peremena – 2002.
3. Karasik V.I. About categories of discourse // Volgograd state pedagogical University – 2006.
4. Klanshhakova A.Ju. The metaphor in the structure of economic discourse: the experience of integrated studies (based on English language) – 2003.
5. Linguistic encyclopedic dictionary M., 1990.

6. Malyuga E.N. The interaction of business communication and intercultural business discourse // Izvestija - Russian state pedagogical University of A.I. Gercen – 2008. – № 84. – С.146-148.
7. Malyuga E.N. (2004). Peculiarities of language and culture in business communication. Moscow, MAK Press, 173 p.
8. Nazarchuk A.V. Ethics in a globalizing society – 3.3.1 The discourses of Economics // Directmedia Publishing – 2002.
9. Ozhegov S.I., Shvedova N.Ju. Explanatory dictionary of the Russian language.
10. Tomashevskaja K. V. The economic discourse of the contemporary in its lexical representation // The dissertation on the basis of the degree of doctor of philological Sciences – 2000.
11. M. Fuko The order of discourse // first publication in collection: Fuko M/ The will to truth: On the other side of knowledge, power and sexuality – 1996.

УДК 372.881.111.1

И.Л. Ярчак

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

**ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ У
БАКАЛАВРОВ СРЕДСТВАМИ ИНТЕРАКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ
ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

**FORMATION OF A BUSINESS COMMUNICATION COMPETENCE USING
INTERACTIVE TECHNOLOGIES FOR BACHELORS STUDYING A FOREIGN
LANGUAGE**

В статье рассматривается проблема формирования компетенций делового общения у бакалавров средствами интерактивных технологий при обучении иностранному языку. Обосновывается необходимость формирования компетенции иноязычного делового общения у бакалавров, а также целесообразность использования интерактивных технологий как неотъемлемой части процесса обучения.

Ключевые слова: компетенция делового общения, формирование, интерактивные технологии, процесс обучения, иностранный язык.

The article deals with the problem of a business communication competence formation using interactive technologies for bachelors studying a foreign language. The necessity of a foreign language business communication competence formation and the usage of interactive technologies are explained and justified.