

Яроцкая Г. С.  
Одесский национальный университет  
имени И. И. Мечникова (Украина)

## КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ОБЛАСТЬ “ЭКОНОМИКА”: ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

В статье анализируются когнитивные основы исследования концептуальной области хозяйствования (экономики) на лингвистическом материале. Определены термины “экономическая концептуальная область”, “экономическая картина мира”, “экономический концепт”, рассмотрена специфика функционирования экономических концептов в сознании человека.

**Ключевые слова:** экономика, концептуальная область, экономические концепты.

Актуальность понятия “экономика” и связанных с ним концептов (*деньги, кризис, уровень жизни, богатство / бедность* и т.п.), благодаря частотности употребления соответствующих лексем и количества научных и научно-популярных работ на эту тему, сегодня не нуждается в дополнительных подтверждениях. Определение экономической системы как, прежде всего, социального явления [4; 8; 11; 13] определяет лингвистический инструментарий изучения этого явления. Как отмечает К.В. Томашевская, экономика – это та сфера, та область знаний современника о мире, где особенно отчетливо проявляются языковая динамика, изменения в общественном сознании, ментальности носителя языка, активные процессы в современной русской лексике [11, с. 38].

На сегодняшний день множество работ лингвистов посвящено экономической системе и ее составляющим – работы О.С. Дейнеки, К.В. Томашевской по экономическому сознанию, В.И. Абаева, О.Е. Карачиной, посвященные экономическим концептам, В.В. Воронова – о лингвистическом аспекте функционирования экономических процессов, и многих других. Однако большинство этих работ отличает отсутствие общего когнитивного базиса исследований, вызванное разнообразием применяемых методик. Выявлению и описанию когнитивной основы исследований экономической системы на базе лингвистического материала и посвящена данная статья.

Прежде всего, необходимо определить когнитивный статус самого понятия “экономика” и сопутствующих ему лексем, описывающих данную сферу человеческого бытования. Значительная коммуникативная релевантность, культурная маркированность, оценочность и наличие ценностного компонента относит экономические термины и понятия (*деньги, жадность, труд, собственность, выгода, предприниматель*) к рангу концептов. В языковых картинах мира находят отображение представления, верования, стереотипы, концепты, понятия, которые являются составляющими концептосферы этноса. Некоторые концепты, являясь универсальными (например, *добро-зло, хорошо-плохо, богатство-бедность*), могут получать национально специфические особенности под воздействием национальной культуры, идеологии, экономического устройства и системы ценностей, что и отображается в соответствующих языках (например, в современном английском сознании концепт “бедность” имеет когнитивные признаки “вина”, “стыд”, “недостаток”, “неудачник”, что иллюстрируют языковые номинации, тогда как традиционному русскому сознанию они не свойственны).

При детальном логическом анализе концептосферы народа можно выделить определенные эмоционально-смысловые комплексы, состоящие из концептов, имеющих схожую практическую привязку к тому или иному объекту действительности, – концептуальные области. Таким образом, можно говорить о концептуальной области

быта, политики, искусства, семьи и т. д. Концепты объединяются в концептуальные системы и концептосферу на основании отношений сходства, различия и иерархии [7, с. 44]. Эти отношения обусловлены ценностными когнитивными признаками концептов и их актуальностью в заданный период.

Область наших интересов представляет совокупность концептов и их взаимосвязей, представляющих хозяйственную деятельность человека и сопутствующие и организующие эту деятельность субъекты, объекты и отношения между ними (это концепты *конкуренция, банк, капитал, расточительность, кризис, рынок* и т. д.) – **экономическая концептуальная область** (или экономическая картина мира).

Экономическая картина мира тесно взаимосвязана с другими концептуальными областями. По мнению О. С. Дейнеки, феномен экономического сознания (*близкий понятию экономическая картина мира – Г.С.*) охватывает все сценарии взаимодействия людей, связанных с передачей и получением определенных ресурсов – как материальных, так и духовных (интеллектуальных, информационных), и отражает экономические взаимоотношения как внутри общества, так и его связей с другими обществами [5, с. 105]. Все чаще в научных исследованиях используются термины “экономические нормы”, “экономические мотивы”, “экономические представления”, “экономические эмоции”, определяющие концепты экономической картины мира: *дача в долг, кредитование, благотворительность* (экономические нормы); *эгоизм, стремление к выгоде, богатству* (экономические мотивы), *эффективность, рациональность, успех* (экономические представления), *жадность, щедрость, денежный страх* (экономические эмоции). Таким образом, экономическое сознание не сводится к образу экономической действительности, а представляет собой особенную форму психической деятельности, ориентированную на отражение и претворение экономической действительности [цит. по 4, с.40]. М.К. Бункина и А.М. Семенов, выделяя факторы формирования экономического сознания (экономической картины мира), называют “жизненные представления”, “накопленный опыт” и “преодоление трудностей” [3, с. 111]. Данные факторы являются определяющими и во всех остальных сферах человеческой жизни, представляя собой универсальные понятия. Таким образом, являясь когнитивной основой хозяйственной деятельности человека, экономическая картина мира необходимо включает в себя весь комплекс взаимоотношений между людьми – как в условиях работы, производства, так и бытовых контактов, действий (поход в магазин, дача в долг и т. д.). По выражению О.Е.Карачиной, экономика – это специфическая сфера бытования человека [6, с. 4]. Эта концептуальная область, как и любая другая, необходимо является частью концептосферы народа и несет на себе отпечаток культурных ценностей нации.

Экономические концепты являются системообразующими элементами совокупности взаимосвязанных понятий, объединенных лексемой “экономика” (“экономическая система”). Их специфика состоит в способности отражать и описывать экономическую реальность определенного периода в мировой истории наравне с формирующими эту реальность ценностными и когнитивными установками. Таким образом, экономическими концептами являются как “чисто” экономические понятия, такие, как *товар, собственность, цена*, так и лексемы, относящиеся к сфере культурологии, психологии и этики: *справедливость, успех, бережливость, бедность/богатство*.

В качестве ключевых концептов современной экономической картины мира К.В. Томашевская называет концепты “*бизнес*”, “*деньги*” и “*рынок*” [11, с. 148]. По мнению М. Ликунь, каждый из основных концептов экономического текста должен соответствовать основным направлениям экономики: производственной деятельности,

финансовой деятельности, торгово-посреднической деятельности [цит. По: 4, с. 201]. Это значит, что ключевыми могут быть концепты *промышленность, производство, продукт, производитель* и др. для производственной деятельности; *банк, финансы, деньги, кредит* и др. – для финансовой деятельности; *товар, продавец, покупатель, цена, торговля* и др. – для торгово-посреднической деятельности.

В современных когнитивных, лингвокультурологических, социолингвистических исследованиях ученые все чаще высказывают мысль о том, что как в теоретических научных, так и в практических целях наиболее целесообразным является изучение объекта с позиций “троичной системы”: это и “триединство” языка, речи и речевой способности в лингвистике, формы, денотата и сигнификата знака в семиотике, “треугольная” структура социальных явлений у А.П. Пригожина и т.д. [8, с. 58]. С данной позиции мир рассматривается как *верх – середина – низ, хороший – “нейтральный” – плохой, жадный – “нормальный” – расточительный, богатство – “средний достаток” – бедность* и т.д.

Как видим, отсутствие в данном случае у экономических концептов вербализации нормы, или “срединного знака-смысла”, объясняется, возможно, тем, что сознание, как известно, фокусируется на отклонении от нормы. Более того, природа языкового сознания характеризуется тем, что аномальные явления представлены несравненно более богато и разнообразно, чем нормативные. “Язык склонен скорее обвинять человека, чем подчеркивать его соответствие норме” [цит. по: 1, с. 71]. По мнению исследователя Т. В. Радбиля, коллективное сознание (отраженное и выраженное в языке) воспринимает положительные явления человеческой жизни как норму, маркируя лишь отрицательные характеристики (*качество* обозначает не просто ‘наличие качества’, но и ‘хорошее качество’ – ср. идиому *знак качества*, а также производное прилагательное *качественный* – не просто ‘имеющий отношение к качеству’, но ‘имеющий хорошее качество’. В этом аспекте интересны работы Ю.Д. Апресяна, где исследователь приводит параллелизм языковых фактов, представляющих одно и то же явление с положительными либо нейтральными, или отрицательными коннотациями [1, с. 414] (*хвалить – льстить, смотреть – подсматривать, слушать – подслушивать* и т.д.; дополним эти примеры “экономическими”: *работать – пахать, вкалывать; торговать – приторговывать, спекулировать; давать взятку – подкупать, спонсировать, жертвовать в пользу заведения, подкармливать* и т. д.).

В функционировании экономических концептов, объединенных в экономическую концептуальную область, отчетливо проявляется принцип значимости, релевантности, сформулированный Д. Шпербером и Д. Вильсоном [цит. по: 7, с. 145]. Этот принцип гласит, что лишь те элементы, процессы, действия внешней и внутренней реальности получают номинацию в языке, которые осмысляются как важные для жизнедеятельности человека. Так, например, известно различие видов вознаграждения за труд в английском языке в зависимости от вида и продолжительности работы, а также вида договоренности между работником и работодателем, что получило вербальную репрезентацию в виде однословных номинаций (*salary, wages, stipend, fare, honorary, fee*); номинация продавца в зависимости от места и способа торговли (*vendor, merchant, seller, cashier*), в отличие от русского языка, где не существует соответствующих эквивалентных лексем. В русском языке высокая номинативная плотность отличает концепт “избегания работы, труда” по сравнению с другими языками: *лодырничать, тунеядствовать, бить баклуши, лентяйничать, плевать в потолок, бездельничать, отлынивать, валять дурака, штаны просиживать* и т. д.

В качестве примера ключевого концепта экономической концептуальной области приведем конструктор “*экономический человек*”, или *homo economicus*. Это понятие

использовалось экономистами на протяжении столетий для обозначения наиболее характерных закономерностей человеческого поведения в рамках экономической системы в ту или иную эпоху. По аналогии с *человеком говорящим (homo loquens)*, термин *homo economicus* является центральным объектом экономической науки как инициатор, участник (субъект) и объект экономических процессов. Изначально понимаемый как “рациональный человек, стремящийся к максимизации собственной выгоды”, согласно определению Адама Смита [10, с. 29], сегодня он используется для обозначения *человека, занимающегося хозяйственной деятельностью с целью достижения наибольшей эффективности*. В частности, Большой экономический словарь приводит следующую трактовку понятия “экономический человек”: “Представление о человеке как рационально мыслящем, строящем свои планы и действия, исходя из принципа получения максимальной выгоды” [2, с. 834]. В этом же словаре приводится отдельно дефиниция понятия *гомоекономикус* – это “1. Человек с высокой экономической интуицией и познаниями, принимающий оптимальные варианты экономических решений. 2. Человек, стремящийся к перманентному обогащению. 3. “Экономический человек”, действия и поведение которого определяются в основном факторами экономической природы” [2, с. 142]. Райзберг определяет “экономического человека” как человека, избирающего лучший с позиции собственных целей, интересов, предпочтений способ экономического поведения [цит по 4, с. 99].

Приведенные определения в сознании русскоговорящих связываются с понятиями *предприниматель, бизнесмен, владелец бизнеса*, хотя встречаются аллюзии к домохозяйкам, рабочим, офисным работникам. Таким образом, словосочетание *homo economicus* употребляется в меньшей степени для обозначения конкретной группы людей, и в большей – для обозначения определенного аспекта их жизненных установок в данной области – сфере ведения хозяйства. Основными принципами деятельности *homo economicus* являются ценности утилитаризма, прагматизма и гедонизма, в крайних и даже искривленных формах. Все перечисленные принципы составляют, по мнению Ю.М. Беспаловой, концепцию постмодернизма [цит. по: 5, с. 118]. А. Фенько считает основной характеристикой *homo economicus* “стремление к личному гедонистическому удовлетворению” [12, с. 52]. Данное определение несколько противоречит вышеприведенным, т.к. гедонизм зачастую может противопоставляться рациональности. Необходимо учесть, что исследователь описывает “экономического человека” в рамках современной рыночной системы. Наиболее актуальное, отвечающее задачам современной науки, определение “экономического человека” приводят М. К. Бункина и А.М.Семенов в своем труде под аналогичным названием (“Экономический человек” [3, с. 84]): это самостоятельно действующий субъект хозяйственной жизни, рациональный и расчетливый участник рыночных отношений, стремящийся к максимизации полезности. Из приведенной дефиниции следует, что основными чертами современного экономического человека являются *расчетливость, рационализм, стремление к полезности и самостоятельность в действиях и принятии решений*. Возможно (это показали наши исследования), сегодняшнее понимание термина “человек экономический” значительно шире и не ограничивается сферой рыночных отношений: экономический человек осуществляет свою деятельность в любой из экономических формаций и обусловленными ими системами взаимоотношений. Его речевое поведение способно диагностировать жизненные установки и мотивационно-прагматическую сферу языкового сознания современного русского “экономического человека”.

Таким образом, экономическая концептуальная область представляет собой сложный многоаспектный феномен, отображающий экономические знания, представления, установки, эмоции и т.п. людей и социальных групп, проявляющиеся в

их хозяйственной деятельности. Она является ценностно- и культурнообусловленной, что предопределяет ее различия у представителей разных наций. Экономическая картина мира воплощается в совокупности и разнообразии экономических концептов и функционирует как целостный механизм, что предопределяет ее междисциплинарное исследование с помощью методов лингвистики, экономической психологии, философии. Наиболее перспективными представляются когнитивные и лингвокультурологические (концептуальный анализ, исследование когнитивных метафор), а также диахронические и сопоставительные (межкультурные) исследования экономической картины мира, направленные на выявление особенностей ее структуры и функционирования, а также исторической динамики и ценностно-культурной обусловленности.

#### *Л и т е р а т у р а :*

1. *Апресян Ю. Д.* Избранные труды. Том 2. Интегральное описание языка и системная лексикография / Ю.Д. Апресян. – Тверь : Языки русской культуры, 1995. – 767 с.
2. Большой экономический словарь.
3. *Бункина М.* Экономический человек: В помощь изучающим экономику, психологию, менеджмент : учебное пособие / М.К. Бункина, А.М. Семенов. – СПб : ДЕЛЮ, 2000. – 176 с.
4. *Воронов В. В.* Особенности преобразования экономической практики и экономического сознания в России / В. В. Воронов // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – Ростов : Принт-АЖИО, 2008. – № 4. – С. 39-54.
5. *Дейнека О. С.* Экономическая психология : учеб. пособие / О.С. Дейнека. – СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2000. – 160 с.
6. *Карачина О. Е.* Опыт сопоставительного анализа нравственно-ценностных концептов в системе экономических ценностей русских и англичан / О.Е. Карачина. – М., 2010.
7. *Попова З.* Семантико-когнитивное направление в российской лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин // *Respectus Philologicus*. – 2006. – № 10 (15). – С. 43-51.
8. *Пригожин А. И.* Дезорганизация: Причины, виды, преодоление / А. И. Пригожин. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 402 с. – (Серия “Синергичная организация”).
9. *Радбиль Т. Б.* Основы изучения языкового менталитета / Т.Б. Радбиль. – М. : Флинта, Наука, 2010. – 328 с.
10. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов / Адам Смит. – М. : Эксмо, 2007. – (Серия: Антология экономической мысли) – 960 с.
11. *Томашевская К. В.* Лексическая составляющая экономического дискурса современника / К.В. Томашевская. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2000. – 153 с. – Библиогр. : с. 146-152 (109 назв.).
12. *Фенько А. Б.* Проблема денег в зарубежных психологических исследованиях / А.Б. Фенько // Психологический журнал. – М., 2000. – № 1. – С. 50-62.
13. *Хайлбронер Р. Л.* Философы от мира сего / Роберт Л. Хайлбронер ; пер. с англ. И. Файбисовича. – М. : Издательство КоЛибри, 2008. – 432 с.

***Яроцька Г. С. Концептуальна область “економіка” як предмет дослідження когнітивної лінгвістики.***

*У статті аналізуються когнітивні основи дослідження концептуальної області ведення хазяйства (економіки) на лінгвістичному матеріалі. Визначено терміни “економічна концептуальна область”, “економічна картина світу”, “економічний концепт”, розглянуто специфіку функціонування економічних концептів у свідомості людини.*

***Ключові слова:*** економіка, концептуальна область, економічні концепти.

***Yarotska G. S. Concept sphere “economics” as a focus research of the cognitive linguistics.***

*The article provides the analysis on the cognitive ground of the research of the concept sphere “household” (economics) on the base of linguistic materials. The terms of “economic concept sphere”, “economic world mapping”, “economic concept” are defined, the specifics of economic concepts’ functioning in the human’s mind is given its outline.*

***Keywords:*** economics, concept sphere, economic concepts.