

УДК 81'42: 33

doi 10.17072/2073-6681-2021-2-47-57

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КИНОДИСКУРСА

Александра Андреевна Лукина

старший преподаватель Департамента языковой подготовки

и межкультурных коммуникаций

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

125167, Россия, г. Москва, Ленинградский просп., 49. laalukina@gmail.com

SPIN-код: 2228-7919

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4955-195X>

Статья поступила в редакцию 30.11.2020

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:

Лукина А. А. Комплексный подход к исследованию экономического кинодискурса // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2021. Т. 13, вып. 2. С. 47–57. doi 10.17072/2073-6681-2021-2-47-57

Please cite this article in English as:

Lukina A. A. Kompleksnyy podkhod k issledovaniyu ekonomicheskogo kinodiskursa [Comprehensive Approach to Research into the Economics Film Discourse]. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya* [Perm University Herald. Russian and Foreign Philology], 2021, vol. 13, issue 2, pp. 47–57. doi 10.17072/2073-6681-2021-2-47-57 (In Russ.)

Статья посвящена комплексному изучению такого феномена, как экономический кинодискурс. Материалом исследования послужили 11 художественных и документальных фильмов экономического жанра на английском и русском языках. В статье представлен обзор лингвистических исследований экономического дискурса последних 20 лет с описанием трех форм его существования и функционирования: научный экономический дискурс, официально-деловой экономический дискурс, популярный экономический дискурс. Помимо этого, в статье обосновывается целесообразность использования кинотекстов как материала лингвистического исследования экономического дискурса, а также рассматриваются его преимущества, заключающиеся в возможности исследования трех модулей: устный, письменный и жестовый. В работе представлены следующие типологические аспекты экономического кинодискурса: целевая аудитория, участники коммуникации, код общения, тема и прецедентные тексты как главная мысль. На их основе выявляются и описываются целевая аудитория кинофильмов экономического жанра, три бинарные модели взаимодействия участников экономической коммуникации и их особенности. Далее представлена типологическая разновидность дискурсов, в которых разворачивается экономическая коммуникация. Рассмотрены бытовой, массово-информационный и деловой дискурсы. Кроме этого, составлены терминологические карты кинофильмов экономического жанра с выявлением ключевых терминов, определяющих тематику и основную проблему каждого кинофильма. Результаты проведенного анализа могут быть использованы в дальнейших исследованиях в области дискурс-анализа и текстологии, а также в качестве базы для формирования лекционных и практических материалов на занятиях по курсу делового английского языка и при подготовке переводчиков в сфере экономики.

Ключевые слова: экономический дискурс; популярный экономический дискурс; кинодискурс; экономическая коммуникация; код общения; прецедентные тексты.

Интерес общества к экономическим проблемам современности в настоящее время растет, как растет и влияние экономических процессов на все стороны жизни. Это находит отражение в языковых фактах, что приводит к изучению

лингвистами экономического дискурса, как одного из типов дискурсов, обслуживающих общество. Однако обзор лингвистических исследований данного феномена последних 20 лет говорит о том, что языковеды в определенном смысле

ограничивают изучение экономического дискурса, выделяя и всесторонне исследуя следующие три формы его существования и функционирования:

– научный экономический дискурс (тексты, в которых сообщается об исследованиях в области экономических наук, включая словари, заключения научной экспертизы, каталоги, учебные пособия, книги и тексты лекций);

– официально-деловой экономический дискурс (официальные экономические и материально-финансовые документы, а также деловые письма сотрудников компаний);

– популярный экономический дискурс (информационно-аналитические тексты СМИ: публицистические статьи, телевизионные репортажи и интервью на экономические темы).

С одной стороны, проанализирован достаточно большой объем данных и сделаны важные выводы, но, с другой стороны, такой сложный объект, как экономический дискурс, в свете новых возможностей лингвистических исследований требует выхода за рамки уже рассмотренных форм. Дело в том, что в материале выполненных исследований, во-первых, практически отсутствует анализ особенностей функционирования экономического дискурса в устном модусе, хотя именно он считается «исходной, фундаментальной и более простой формой существования языка» [Кибрик 2009: 5]. При этом анализ материала диссертационных исследований экономического дискурса, проведенных и защищенных с 2000 г. (38 единиц), а также научных статей, отражающих результаты этих исследований, свидетельствует о том, что изучение экономического дискурса сводится в основном к рассмотрению письменных текстов научных и научно-популярных журналов, газет и других периодических изданий или текстов официальных документов. Исключение составляет ряд работ [Ликунь 2008; Кадимова 2018; Мурадян 2018; Логунова 2011], но и в них объект исследования представляет собой подготовленный текст, что приводит к следующему замечанию.

Во-вторых, такой материал не дает представления о так называемом «чистом» виде экономического дискурса – «живое» неподготовленное устное профессиональное общение экономистов и других специалистов экономической сферы между собой.

Этот пробел могут восполнить материалы текстовых корпусов с пометкой «устное общение» (хотя и они будут лишены жестового модуса и ряда других характеристик) или материал, извлеченный из кинофильмов. Следует отметить, что, несмотря на тот факт, что кинодиалоги не полностью идентичны материалам, которые мо-

гут быть получены в результате непосредственного наблюдения и фиксации устной речи экономистов, общающихся на профессиональные темы, согласно исследованиям К. Роуз, Ю. Кайт и Д. Татсуки фильмы с высокой степенью достоверности отражают прагмалингвистические особенности поведения и могут служить надежным источником примеров моделей речевого поведения носителей языка [Rose 2001; Kite, Tatsuki 2005].

Таким образом, мы считаем, что, проводя исследование экономического дискурса, лингвисты оставляют без внимания некоторые языковые факты, объединяемые «дискурсивными формациями» экономики. При этом изучение экономики только по научной и публицистической литературе и другим письменным языковым фактам формирует определенную исследовательскую лагуну, которая упускает динамический момент функционирования и развития экономики и экономических процессов, делая такое изучение более теоретизированным. Особенно остро это ощущается при обучении студентов экономических вузов предмету «Иностранный язык в экономической сфере» и/или “Business English”, когда учащиеся знают те или иные термины, как они произносятся, используются и что значат, но, встречая их в контекстах иностранных диалогов, теряются или не могут правильно интерпретировать. Поэтому использование текстов фильмов и последующий их просмотр также способствует процессу обучения. Чаще всего используются фрагменты или целые кинофильмы.

Нередко экономические происшествия в сфере экономики, преступления, махинации в сфере финансов и бизнеса становятся основой для сюжета кинокартин. Для такого кино создана специальная ниша – экономический кинофильм, или фильм экономического жанра (*Economics film*). Снимая такой фильм, создатели чаще всего опираются на реальные события, проводят консультации со специалистами по вопросам аутентичности созданного продукта (поведение, речь, обстановка и т. п.), что делает данный материал приемлемым и релевантным для лингвистических исследований.

Тексты таких фильмов формируют у массового адресата фрагменты наивной экономической картины мира, так как в экономическом жанре кино происходит не только отражение экономических и связанных с ними социальных проблем, событий и фактов, но и интерпретация экономических процессов, представление экономических событий в доступном для обывателей свете. Говоря иначе, кинофильмы не только информируют о произошедшем, но и формируют отношение к таким происшествиям. Дуалистическая приро-

да кинофильмов как массового искусства проявляется в том, что фильмы отражают существующие культурные ценности общества и поведенческие, в том числе речевые, паттерны [Wedding, Boyd, Niemiec 2005: 15] и в то же самое время оказывают влияние на индивидуальные представления о том, что считается нормой, т. е. формируют модели поведения для среднего носителя современной культуры, а следовательно, регулируют его поведение. Это позволяет говорить о кинофильме как о дискурсе.

Кинодискурс в целом предоставляет возможность отследить коммуникативное воздействие, произведенное использованием различных лингвистических средств на адресата посредством отслеживания реакции на полученное сообщение через вербальные (ответные реплики героев) или невербальные (мимику, жесты, реактивное поведение и др.) сообщения (исключение представляет невозможность оценить коммуникативное воздействие в случае прямого обращения рассказчика/камео к зрителям). Появляется возможность определить эффективность и успешность такого коммуникативного воздействия. Эмпирическое значение данного феномена обуславливает интерес к его анализу. Однако до настоящего времени ни в отечественной, ни в зарубежной лингвистике не появилось ни одной специальной работы, посвященной комплексному исследованию экономического кинодискурса. В этой связи актуальность данного исследования определяется необходимостью решения ряда лингвистических проблем, касающихся не только типологических особенностей экономического кинодискурса, но и его функционирования как реализации устного экономического дискурса.

Для достижения поставленной цели, опираясь на предложенные в работах ряда исследователей описания жанровых или типологических особенностей дискурса, а также модели коммуникации [Бориснёв 2003: 29–31; Данюшина 2010; Махницкая 2007; Олешков 2007], мы выделяем следующие релевантные для описания специфики объекта исследования аспекты:

1. Целевая аудитория vs участники коммуникации.
2. Код общения.
3. Тема и прецедентные тексты как главная мысль.

Рассмотрим особенности кинодискурса экономического жанра в каждом выделенном аспекте на материале исследования, которым послужили 11 художественных фильмов, общей продолжительностью 1221 минута. Отобраны фильмы с высокими рейтингами, а также отмеченные наградами, в том числе за лучший сценарий.

I. Целевая аудитория vs участники коммуникации

Кинодискурс представляет собой сложное образование, поскольку, с одной стороны, это готовый продукт, который имеет свою целевую группу адресатов, а с другой стороны – это сама история, разворачивающаяся в ней коммуникативные события, участниками которой являются персонажи фильма. Поэтому мы разводим понятия «целевая аудитория» – кинозрители, те, кто смотрят готовый кинофильм, и «участники коммуникации» – герои фильма, те, кто «порождают» дискурс.

Тот факт, что экономический дискурс существует для двух категорий адресатов – для специалистов-экспертов и для неспециалистов, по какой-либо причине столкнувшихся с необходимостью понимать, изучать или иначе взаимодействовать с экономическим дискурсом, – подтверждается всеми исследователями. При этом авторы поясняют, что научный экономический дискурс создается учеными или сотрудниками предприятий экономической сферы и предназначается для узких специалистов. В свою очередь популярный экономический дискурс стремится не только информировать о текущих экономических и деловых вопросах, но и развлекать в более общем плане [Skorczynska, Deignan 2006: 96]. Встает вопрос о том, к какому дискурсу будет относиться экономический кинодискурс: к популярному (ведь кино – это массовое искусство и его смотрят неспециалисты) или научному (оно отражает общение между двумя экспертами, иногда это выступления на конференциях и доклады, т. е. речь, созданная специалистом и направленная на специалиста; часто зрители в отзывах к таким кинофильмам пишут, что вынуждены пересматривать такие фильмы, так как многое осталось не понятным, поскольку они не разбираются в терминах; с учетом особенностей документальных фильмов, там могут быть представлены и результаты исследований, статистические данные, высказывания экспертов и т. п.). Мы относим кинодискурс к популярному жанру, поскольку при написании сценария и игрового, и документального кино, прежде всего, учитывается среднестатистический зритель, не подготовленный к научному экономическому дискурсу, а следовательно, тексты популярного экономического кинодискурса соотносятся с текстами научного и официально-делового экономического дискурса в той степени, в какой это необходимо для создания аутентичного образа героя в различных ситуациях и регистрах общения и воссоздания достоверного контекста. В этой связи следует заметить, что создатели художествен-

ных кинофильмов сталкиваются с проблемой, заключающейся в необходимости донести сложные экономические понятия, без которых невозможно разобраться в интриге картины, до неподготовленного зрителя. Однако диалоги в фильме строятся между специалистами, которые должны понимать термины, а диалоги должны звучать естественно, но давать зрителям достаточно информации, чтобы улавливать нить повествования и суть происходящего. Чаще всего сценаристы прибегают к различным языковым средствам, чтобы справиться с поставленной задачей. Но, как уже сказано выше, ориентируются на определенную целевую аудиторию – неэксперт экономического сектора.

Если обратиться к участникам представленной в анализируемом кинотексте коммуникации, то ими являются специалисты и управленцы в области экономики и бизнеса любого уровня, включая министра финансов страны. Кроме этого, предприниматели (риелторы, независимые агенты и др.), их клиенты, их родственники, друзья, а также приглашенные известные личности (в качестве камео) и сами зрители (при использовании приема «разрушение четвертой стены» (например, художественные фильмы “The Big Short” (2015), “Wolf of Wall Street” (2013) и др.), суть которого заключается в том, что герои напрямую обращаются к зрительской аудитории). Таким образом, коммуникаторов в рамках анализируемых кинотекстов можно разделить на две группы – Эксперты и Обыватели. Любой из них может выступать в роли адресанта (субъект коммуникативного процесса, Говорящий, человек, который передает информацию) и адресата (объект коммуникативного процесса, Слушающий, тот, кто получает сообщение).

Все вышесказанное позволяет выявить 3 бинарные модели, но только 2 из них будут являться типологическими, т. е. обязательными при определении дискурса как экономического кинодискурса, поскольку, несмотря на то что модель Обыватель ↔ Обыватель тоже имеет место быть и представляет интерес для ученых, но может отсутствовать в кинотексте, который при этом будет относиться к экономическому типу при наличии коммуникации по моделям, в которой присутствует Эксперт. Например, в кинофильме “Margin Call” (2011) отсутствуют коммуниканты, которых можно отнести к категории Обыватель.

Участники в моделях указаны в единственном числе, так как представляют собирательный образ: например, выступление на экономическом форуме рассматривается как модель Эксперт ↔ Эксперт, хотя адресат – все деловое сообщество, или в модели Эксперт ↔ Обыватель в качестве Слушающего могут выступать зрители кинокар-

тины, к которым обращается рассказчик – работник банка или камео, либо все зрители и слушатели новостей. Рассмотрим примеры для каждой модели.

Модель 1 Эксперт ↔ Эксперт. В примере (1) представлен отрывок из эпизода кинофильма “Arbitrage” (2012), в котором магнат хедж-фонда Роберт Миллер разговаривает со своим другом и главой другого фонда Джеффри Пайном.

(1) Robert: *I'm working on it.*

Jeffrey: *Well, while you're doing that, let me tell you what's not working.*

Robert: *Okay.*

Jeffrey: *What's not working is my \$412 million that's sitting in your account so you can pass your audit. The \$412 million you needed, you said, for two weeks. And which has been languishing now for 32 days while it could be elsewhere invested, earning an actual return instead of couching this absurd lie that you're spinning.*

Оба коммуниканта, несмотря на дружеские отношения и эмоциональное напряжение, говорят профессионально, используют термины, обсуждая истечение срока займа суммы денег, которые были взяты для криминальных действий – обмануть потенциального покупателя фирмы и представить, что в бюджете нет проблем. Оба выступают в роли Экспертов и ведут деловые переговоры.

Модель 2 Эксперт ↔ Обыватель. Наиболее частым способом реализации данной модели являются сообщения в газетах и по телевидению. Мы понимаем, что есть разные типы газет, журналов, новостей. И некоторые действительно узкоспециализированны и направлены на экспертов анализируемой сферы, но используются они в экономическом кинодискурсе как вставки, создающие рабочую атмосферу, т. е. зрителю (Обывателю) не обязательно понимать экономическое значение сказанного. Например, новостное сообщение в примере (2) из “Arbitrage”, которое Роберт Миллер смотрит в такси:

(2) TV anchor: *...as well, especially Russia, where fears of further nationalization appear to be scaring away international investors. The Dow off to a strong start this morning on a bevy of news firmly pointing to an economy picking up steam. Including a surprisingly strong number...*

Диктор сообщает о причинах падения числа инвесторов в российскую экономику, а также отмечает рост индекса Доу-Джонса на фоне общего роста американской экономики, используя ряд метафор. Упоминание России болезненно для Роберта, так как он потерял деньги именно из-за вклада в рудники на территории этой страны. Зритель-Обыватель может не понять данное сообщение, не оценив значимость этих событий

в целом, но в кинофильмах такие отрывки нужны для создания образа героя-Эксперта.

Кроме того, в материале исследования имеются новостные сообщения, содержание которых связано с представлением текущих событий в фильме, а следовательно, должно быть понятно Обывателю, так как «вводит» зрителя в курс происходящего. Например, первые 3 минуты 30 секунд кинофильма “Too Big to Fail” – подборка теленовостей и выступлений политиков, презентующих события, приведшие к тем, которые будут происходить в кинофильме. Поэтому мы относим такие эпизоды коммуникации к модели Эксперт ↔ Обыватель.

Помимо новостных сообщений, модель Эксперт ↔ Обыватель реализуется при общении специалиста с неспециалистом по разным причинам, например, продажа акций потенциальному покупателю (эпизод «холодных» продаж по телефону с 36:19 по 40:01 в фильме “Boiler Room” (2000), в которой новичок брокерской фирмы случайно попадает на доктора, заинтересованного акциями нового лекарства, что привело к продаже 2000 акций) и другие. Рассмотрим пример (3) из кинофильма “The Big Short” (2015), где глава хэдж-фонда Марк Баум, пытается выяснить, действительно ли существует ипотечный пузырь, разговаривает с танцовщицей, которую ипотечные менеджеры представили ему как постоянного клиента:

(3) Dancer: *I always get option-pay adjustables. I'm a private contractor. I need flexibility.* <...>

Mark: *Always?*

Dancer: *Only in V.I.P.*

Mark: *No, no, no, you say you always do adjustable. And you have more than one loan on a property?*

Dancer: *Everybody does. At least down here.* <...>

Mark: *That way you only put down, like, 5%. Prices have leveled off, though, right?*

Dancer: *Yeah. There's a gully.* <...>

Mark: *Okay, look. If home prices don't go up, you are not going to be able to refinance. And you'll be stuck paying whatever your monthly payment is once it jumps up after your teaser rate expires. Your monthlies could go up 200–300 %.*

Dancer: *James says I can always refinance.*

Mark: *Well, he's a liar. Actually, in this particular case, James probably is wrong.*

Dancer: *200 percent? On all my loans?*

Mark: *What do you mean «all» your loans? We're talking about two loans on one house, right?*

Dancer: *I have five houses. And a condo.*

В диалоге Марк (роль Эксперта) использует различные термины ипотечного рынка, которые понятны девушке (Обыватель), заключившей не

один договор на ипотеку. Она отвечает спокойно, не отрываясь от работы, фразами с обобщающими словами (*always, everybody*), использует метафорический образ *situation at housing market is a gully*, который до нее уже использовали риелторы, отсылается к сомнительному авторитету (некий James), но, понимая смысл сказанного, неприятно удивлена и возмущена. Если бы она была специалистом и понимала, что делает, то не брала бы 5 домов в ипотеку с плавающей ставкой, поэтому, несмотря на ее определенный опыт, мы рассматриваем данный эпизод как модель общения Эксперт ↔ Обыватель.

Также эта модель реализуется в случае обращения героя-рассказчика (Эксперт) к зрителям (Обыватель). Оно необходимо для поддержания интереса, объяснения/пояснения происходящих событий, формирования образа говорящего. Рассмотрим пример (4), в котором главный герой фильма “Wolf of Wall Street” Джордан Белфорт, презентуя свою историю, рассуждает о значении и силе денег.

(4) Jordan: *But of all the drugs under God's blue heaven, there is one that is my absolute favorite. You see, enough of this shit'll make you invincible. Able to conquer the world, and eviscerate your enemies. <...> See, money doesn't just buy you a better life, better food, better cars, better pussy. It also makes you a better person. You can give generously to the church or political party of your choice. You can save the f***ing spotted owl with money. I always wanted to be rich.*

У зрителей складывается представление о самом герое, его образе жизни, его ценностях. В примере брокер (Эксперт) метафорично преподносит деньги как самый любимый наркотик, который может изменить не только мир, но и отношение мира к тому, у кого они есть. Он открыто заявляет свою позицию, которая определяет его дальнейшее действия, используя общую, обценную лексику и слова официального регистра, чтобы эффективно презентовать эту позицию для зрителя (Обыватель).

Модель 3 Обыватель ↔ Обыватель. Как уже говорилось выше, данная модель не свойственна кинофильмам экономического жанра, однако в кинофильме “The Big Short” есть три важных эпизода, когда cameo (Обыватель) объясняют зрителям (Обыватель) сложные, но ключевые для осмысления событий понятия. Рассмотрим презентацию термина CDO (Collateralized debt obligations – обеспеченные долговые обязательства (финансовый инструмент)) от всемирноизвестного шеф-повара Энтони Бурдэна в следующем примере:

(5) Antony: *Okay, I'm a chef on a Sunday afternoon setting the menu at a big restaurant. I ordered*

my fish on Friday, which is the mortgage bond that Michael Burry shorted. But some of the fresh fish doesn't sell. I don't know why. Maybe it just came out halibut has the intelligence of a dolphin. So, what am I going to do? Throw all this unsold fish, which is the BBB level of the bond, in the garbage and take the loss? No way. Being the crafty and morally onerous chef that I am, whatever crappy levels of the bond I don't sell, I throw into a seafood stew. See, it's not old fish. It's a whole new thing! And the best part is they're eating 3-day-old halibut. That is a CDO.

Используя когнитивную метафорическую модель ECONOMY IS FOOD, адресант представляет трехуровневую развернутую метафору, в которой метафорические образы *the mortgage bond is fresh fish, the BBB level of the bond is unsold fish, CDO is seafood stew (3-day-old halibut, crappy levels of the bond I don't sell)*, подкрепляемые эпитетами *crafty* и *morally onerous* о том, кто работает с данными продуктами, создают общее эмоциональное представление у зрителя-Обывателя о CDO (зритель не понимает, что именно представляет собой данный финансовый инструмент, но понимает, какого он низкого качества и связан с определенным видом обмана).

Хотелось бы уточнить следующие важные моменты:

1. В течение разворачивающихся событий фильма у героя может поменяться статус, и он из роли Обыватель переходит в роль Эксперт. Рассмотрим, два эпизода киноречи кинофильма "99 Homes" (2014). В первом случае (пример (6)) Дэннис Нэш является ремонтником (роль Обывателя) и разговаривает со своим нанимателем Риком Карвенером, специалистом по недвижимости (роль Эксперта):

(6) Rick: *Well, in 2006 you borrowed \$85,000 against your home and never paid it back, Nash. You telling me that's not stealing?*

Dennis: *What? Are you serious? That's not stealing, that's me taking a loan. That's me working my arse off to pay back that loan. I wanted to pay it back. I didn't steal.*

Rick: *That's not how the banks see it or the taxpayers paying for the bail-out.*

Деннис рассуждает как заемщик, клиент банка: он занял деньги у банка, купил дом, но, будучи уволенным, не оплатил три взноса, поэтому банк выселили его из дома. Но он искренне хотел их выплатить и просил отсрочки. Рик представляет ту же ситуацию, но со стороны банка, для которого Деннис и его действия выглядят как кража – деньги взял и не вернул.

Во втором случае, через некоторое время, когда Деннис, устроившись на работу к Рикку и получив опыт, общается с ним на равных и предла-

гает способ, чтобы заставить банк разочароваться в другой фирме и заключить контракт с ними. Рассмотрим пример (7):

(7) Dennis: *OK, so you know Vesic already bought 15 homes from Ortiz last month.*

Rick: *So?*

Dennis: *So, what if I take all the ACs, all the water pumps and the appliances out of those homes? Who do you think Vesic's gonna blame?*

Rick: *Ortiz. They'll call Immigration, put him on his lawn mower back over the border while I'm on the phone with Bank of Greater Santa Fe. Yeah.*

Dennis: *And we'll sell these 100 homes.*

Rick: *And 1,000 more for Freeman. I see green skies ahead.*

Dennis: *Put some green in my pocket, I'll empty those homes tonight.*

Поменяв роль с Обывателя на Эксперта, Дэннис рассуждает и видит способы заработать, даже путем учинения неприятностей соперникам, при этом готов приступить к выполнению задания этим же вечером, если получит деньги вперед.

2. Не любой фильм, где главный герой – работник сферы экономики или любой специалист финансовой и другой сфер, можно рассматривать как экономический жанр кино. Например, кинофильм "American Psycho" (2000) – фильм ужасов о преступлениях богатого нью-йоркского инвестиционного банкира, что не делает текст этого фильма экономическим кинодискурсом, поскольку в нем отсутствует экономическая составляющая.

3. Для экономического кинодискурса экранное время эпизодов экономического жанра должно превышать 50 %. Фильмы, в которых присутствуют эпизоды экономического дискурса, но фильм в целом посвящен другой теме (например, кинокартина "The Shawshank Redemption" (1994), в которой есть ряд эпизодов, когда заключенный, вице-президент крупного банка, дает экономические советы охраннику тюрьмы), мы не относим к анализируемому типу дискурса. Хотя очевидно, что эти эпизоды могут служить материалом лингвистического исследования экономического дискурса.

II. Код общения

Данный признак содержит информацию о типологической разновидности дискурсов, в котором «существуют» и действуют участники анализируемой коммуникации в экономическом кинодискурсе. Дело в том, что «открытость, как характеристика экономического дискурса, которая проявляется в неизбежности его пересечения с другими дискурсами» [Шереметьева 2009: 7–8], приводит ученых к выводу о том, что экономический дискурс не может рассматриваться как единое

целое, так как «единого языка экономики в едином контексте не существует» [Крысов 2010]. Основываясь прежде всего на явлении интердискурсивности, в процессе которого создается «такая особая взаимосвязь языковых единиц, которая и инициирует в воспринимающем сознании (т. е. в голове читателя/зрителя) переход от одного типа дискурса и, значит, типа мышления, к другому с целью создания сильного воздействующего эффекта» [Чернявская 2007: 23], а также положении о том, что «коммуникативное событие является процессом, оно континуально, но может быть дискретизировано, сегментировано, расчленено на единицы» [Кашкин 2005: 351], весь кинотекст мы разделили на эпизоды – целостные коммуникативные ситуации, которые можно отнести к трем типам дискурса – бытовой, деловой и массово-информационный (в такой типологизации мы опирались на работу В. И. Карасика [Карасик 2000]). Рассмотрим каждый более подробно.

Прежде всего, очевидно, что экономический кинодискурс будет содержать сцены с деловым общением. Деловой дискурс представляет собой речевое общение, происходящее в условиях статусно-ролевых отношений, как внутри бизнес-организаций, так и между ними; и деловые отношения представителей организаций с физическими лицами. В исследуемом материале нам удалось выделить следующие жанры делового дискурса: деловая беседа (представлена в рассмотренном выше примере (6)), деловые переговоры (пример (1)), служебное совещание (пример (7)), публичная речь, презентация, деловая дискуссия, пресс-конференция, деловая переписка. Как мы видим, подавляющее большинство выявленных жанров представляют собой устное общение (исключение составляет только деловая переписка, хотя зачастую в кинофильмах озвучиваются важные фрагменты и переписки). Кроме этого, большая их часть – это диалогический тип коммуникации (кроме публичной речи, презентации и переписки), а переписка, как и некоторые кинодиалоги жанра беседа, переговоры, совещание – опосредованные (телефон, громкая связь, электронная почта).

Как отмечалось выше, экономический дискурс часто реализуется средствами СМИ. В анализируемом материале можно выделить несколько эпизодов, где посредством устных и письменных телевизионных новостных сообщений происходит информирование зрителей и героев фильма о событиях в мире в целом и экономических, финансовых событиях в частности. Эти отрезки киноречи мы относим к экономическому массово-информационному дискурсу, так как они направлены на массового зрителя и опосредованы телевизионным/компьютерным экраном или медиавывеской в рамках информационных сообщений. Например, рассмотрим рисунок с изображением скриншота эпизода фильма “The Wizard of Lies” (2017).

средованы телевизионным/компьютерным экраном или медиавывеской в рамках информационных сообщений. Например, рассмотрим рисунок с изображением скриншота эпизода фильма “The Wizard of Lies” (2017).



Скриншот эпизода фильма
“The Wizard of Lies” (2017)
Screenshot of a scene from the film
“The Wizard of Lies” (2017)

На рисунке представлено новостное событие в журнале The Wall Street Journal. Зритель видит только название журнала и заголовок “Top Broker Accused of \$50 Billion Fraud” с фотографией главного героя, а закадровый голос озвучивает эту новость. Данный рисунок показывает разнообразие форм функционирования экономического массово-информационного дискурса – письменная и устная одновременно. Такая форма позволяет сделать происходящее более значимым и сам кинокадр – интерактивным, а следовательно, привлекательным.

Наконец, прием «разрушение четвертой стены», о котором упоминалось выше, а также тот факт, что в кинотекст включены эпизоды функционирования героев-экспертов вне рамок делового общения (например, с родственниками, с обслуживающим персоналом или между собой, но не в рамках делового общения, и т. п.), позволяет выделить бытовой дискурс в экономическом кинодискурсе. Бытовой дискурс сводится к поддержанию контакта и решению обиходных проблем, характеризуется спонтанностью, ярко выраженной субъективностью, нарушениями логики и структурной оформленности высказываний. Рассмотрим пример (7) из кинофильма “Margin Call”, представляющий собой разговор Уилла Эмерсона, главы отдела торговли, и Эрика Дейла, уволенного начальника отдела по управлению рисками:

(7) Will: *So, Peter finished the model you were working on.*

Eric: *Really?*

Will: *It caused a shit storm.*

Eric: *I bet it did.*

Коммуникация продолжает быть экономически направленной: они обсуждают ситуацию, возникшую в компании из-за расчетов, проделанных Эриком перед увольнением. Однако это внеделовая, бытовая беседа, так как она не влияет на принятие каких-либо деловых решений, а само общение непринужденное, о чем свидетельствует не только использование метафоры с обценной лексикой, но и обстановка (разговор на крыльце дома).

Важно подчеркнуть, что дискурсивная способность экономического дискурса раздвигать рамки, «пронизывая» другой дискурс», не ограничивается только тремя указанными дискурсами. В зависимости от общей концепции фильма экономический кинодискурс взаимодействует с юридическим (в случае, если в фильме идет речь об экономическом преступлении, как, например, в фильмах “The Wizard of Lies”, “Arbitrage”, “Boiler Room” и др.), политическим (“Too Big To Fail”, “Adults in the Room” (2019) и др.) и некоторыми другими. То, что выделяет его – это ведущая тематическая составляющая.

III. Тема и прецедентные тексты как главная мысль

Данный аспект представляет собой уже осмысленную и определенным образом закодированную и тематически ограниченную информацию, передаваемую в процессе общения, т. е. в рамках данного исследования это высказывания, реплики героев, новостные сообщения и т. п., которые содержат речевые репрезентанты экономической картины мира. Экономический дискурс охватывает значительный спектр отраслей экономики и обслуживает самые разнообразные ситуации профессионального общения [Кадимова 2015: 50]. Используя современные программы (например, Wordstat), возможно изучить основной набор терминов, используемый в том или ином кинотексте, который определяет тематику и основную проблему кинофильма, а следовательно, экономического дискурса в целом. Например, для кинофильма “The Big Short” ключевыми являются 7 терминов: деньги и их названия (money, millions, dollars, etc.; 95 упоминаний в кинотексте), облигация (bond; 75), ипотека (mortgage; 72), банк (bank; 52), обеспеченные долговые обязательства (CDO; 48), свопы (SWAPs; 33), рынок жилья (housing market; 32). Следует также отметить высокую частотность употребления лексемы f*** и ее дериватов (82 упоминания), что, скорее всего, является отражением эмоциональной значимости происходящих событий для героев, а также их неформальные отношения. А для кинофильма “Too Big to Fail” описывает те же события, но сюжет сосредоточен вокруг

действий министра финансов США Г. Полсона, который пытается сдержать разворачивающуюся катастрофу) ключевыми терминами являются слово «банк» и названия крупнейших банков и корпораций США (213 упоминаний), деньги (money; 66), сделка (deal; 42), фамилия министра (Paulson; 26), инвестиции (investment; 20) и правительство (government; 20). С учетом уровня общения в политических кругах, неудивительным представляется тот факт, что лексема f*** и ее дериваты используется гораздо реже (25 раз).

Для каждого кинофильма в материале исследования нами были составлены терминологические карты, данные которых позволяют сделать вывод о существовании тезауруса экономического кинодискурса, который формируют следующие термины: деньги (их конкретные и общие названия, количество, виды и т. п.), финансовые инструменты (ценные бумаги, активы, инструменты рынка и т. п.), финансовые компании (банки, конгломераты, агентства, фирмы, центры и т. п., в том числе Wall Street и финансовый рынок в целом), финансовые и другие операции (инвестирование, продажа, покупка, вклад и т. п.) и участники экономического процесса (включая имена собственные). Однако отметим, что данные терминологические группы, выделяющиеся во всех исследуемых кинофильмах, количественно варьируются от фильма к фильму в зависимости от сюжета.

При этом кино, являясь видом массового искусства, «порождает» достаточно большое количество прецедентных текстов – высказываний-цитат, сказанных героями фильма, на которые впоследствии ссылаются и используют для аргументации люди. Например, цитата “Greed, for lack of a better word, is good” из кинофильма “Wall Street” (1987), произнесенная легендой биржевого рынка Г. Гекко, широко используется в статьях, названиях и других материалах (чаще в сокращенном виде “Greed is good”). Каждый экономический кинодискурс транслирует зрителю идею для рассуждения, обсуждения, не оставляя равнодушным, поскольку через принятые решения и совершенные поступки раскрывает моральные качества и ценности героев – Экспертов экономической сферы.

Подводя итоги проведенного анализа, стоит отметить, что комплексный подход к исследованию функционирования экономического кинодискурса позволил на основе выделенных аспектов выявить и описать три бинарные модели взаимодействия участников экономической коммуникации. Также в рамках данного подхода была представлена и проанализирована типологическая разновидность дискурсов, в которых развивается экономическая коммуникация, а так-

же составлены терминологические карты, описывающие тезаурус экономического кинодискурса и выявляющие его прецедентные тексты. В заключение хотелось бы подчеркнуть практическое значение исследований кинодискурса для обучения студентов экономических специальностей в качестве дидактического материала. Представляется продуктивным изучение особенностей речевого поведения героев-Экспертов (например, упражнения на основе речевых паттернов, коммуникативных стратегий и тактик и т. п.) в разных типах дискурса (например, упражнения на выявление коммуникативных особенностей делового и бытового общения в рамках экономического дискурса).

Список литературы

- Бориснёв С. В. Социология коммуникации. М.: ЮНИТИ-Дана, 2003. 270 с.
- Данюшина Ю. В. Коммуникативно-когнитивные аспекты моделирования дискурса // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2010. Т. 5, № 1. С. 111–117.
- Кадимова Р. Н. Деловой экономической дискурс как особый вид социальной деятельности (на материале французского языка) // Вестник МГЛУ. 2015. Вып. 12(723). С. 49–59.
- Кадимова Р. Н. Лингвопрагматическая характеристика делового интервью как жанра франкоязычного экономического дискурса: дис. ... канд. филол. наук. М., 2018. 231 с.
- Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград, 2000. С. 5–20.
- Кашикин В. Б. Сопоставительные исследования дискурса // Концептуальное пространство языка. Тамбов, 2005. С. 337–353.
- Кибрик А. А. Модус, жанры и другие параметры классификации дискурсов // Вопросы языкознания. 2009. № 2. С. 3–21.
- Крысов В. Развитие экономических дискурсов: какую реальность изучает экономика. 2010. URL: <http://discourseanalysis.org/ada11/st77.shtml> (дата обращения: 25.10.2020).
- Ликунь М. Русский экономический текст в функционально-стилистическом и социолингвистическом аспектах: дис. ... канд. филол. наук. Одесса, 2008. 288 с.
- Логунова Е. А. Реализация интерактивности на интернет-сайтах экономических форумов: на материале английского языка: дис. ... канд. филол. наук. Калининград, 2011. 192 с.
- Махницкая Е. Ю. Современный экономический дискурс в когнитивной парадигме. Ростов н/Д, 2007. 232 с.
- Мурадян А. А. Сопоставительный анализ дискурсивных доминант политической и экономи-

ческой сфер США, России и Франции: дис. ... канд. филол. наук. М., 2018. 177 с.

Олешков М. Ю. Системное моделирование институционального дискурса: на материале устных дидактических текстов: дис. ... д-ра филол. наук. Нижний Тагил, 2007. 423 с.

Чернявская В. Е. Открытый текст и открытый дискурс: интертекстуальность – дискурсивность – интердискурсивность // Лингвистика текста и дискурсивный анализ: традиции и перспективы. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т экономики и финансов, 2007. С. 7–26.

Шереметьева А. А. Метафоры немецкого экономического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2009. 18 с.

Kite Y., Tatsuki D. Remedial interactions in film // Pragmatics in language learning, theory and practice. Tokyo, 2005. P. 99–118.

Rose K. R. Compliments and compliment responses in film: Implications for pragmatics research and language teaching // International Review of Applied Linguistics in Language Teaching, 2001. № 39. P. 309–328.

Skorczyńska H., Deignan A. Readership and Purpose in the Choice of Economics Metaphors // Metaphor and Symbol, 2006. № 21(2). P. 87–104.

Wedding D., Boyd M. A., Niemiec R. M. Movies & Mental illness: Using films to understand psychopathology. Cambridge, 2005. 258 p.

References

- Borisnev S. V. *Sotsiologiya kommunikatsii* [Sociology of Communication]. Moscow, Yuniti-dana Publ., 2003. 270 p. (In Russ.)
- Danyushina Yu. V. Kommunikativno-kognitivnye aspekty modelirovaniya diskursa [Communicative and cognitive aspects of discourse modeling]. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A. S. Pushkina* [Pushkin Leningrad State University Journal], 2010, vol. 5, issue 1, pp. 111–117. (In Russ.)
- Kadimova R. N. *Delovoy ekonomicheskyy diskurs kak osobyuy vid sotsial'noy deyatel'nosti (na materiale frantsuzskogo yazyka)* [Business economic discourse as a special type of social activity (based on the French language material)]. *Vestnik MGLU* [Vestnik of Moscow State Linguistic University], 2015, issue 12(723), pp. 49–59. (In Russ.)
- Kadimova R. N. *Lingvopragmaticheskaya kharakteristika delovogo interv'yuu kak zhanra franko-yazychnogo ekonomicheskogo diskursa*. Diss. ... kand. filol. nauk [Linguistic and pragmatic characteristics of the business interview as a genre of French-language economic discourse. Cand. philol. sci. diss.]. Moscow, 2018. 231 p. (In Russ.)
- Karasik V. I. O tipakh diskursa [On the types of discourse]. *Yazykovaya lichnost': institutsional'nyy i personal'nyy diskurs* [Language Personality: Institu-

tional and Personal Discourse]. Volgograd, 2000, pp. 5–20. (In Russ.)

Kashkin V. B. *Sopostavitel'nye issledovaniya diskursa* [Comparative studies of discourse]. *Kontseptual'noe prostranstvo yazyka* [Conceptual Space of Language]. Tambov, 2005, pp. 337–353. (In Russ.)

Kibrik A. A. *Modus, zhanry i drugie parametry klassifikatsii diskursov* [Modus, genres and other parameters of discourse classification]. *Voprosy yazykoznaniiya* [Topics in the Study of Language], 2009, issue 2, pp. 3–21. (In Russ.)

Krysov V. *Razvitie ekonomicheskikh diskursov: kakuyu real'nost' izuchaet ekonomika* [Development of economic discourses: what reality economics studies]. Available at: <http://discourseanalysis.org/ada11/st77.shtml> (accessed 25.10.2020). (In Russ.)

Likun' M. *Russkiy ekonomicheskii tekst v funktsional'no-stilisticheskoi i sotsiolingvisticheskoi aspektakh*. Diss. ... kand. filol. nauk [Russian economic text in functional-stylistic and sociolinguistic aspects. Cand. philol. sci. diss.]. Odessa, 2008. 288 p. (In Russ.)

Logunova E. A. *Realizatsiya interaktivnosti na internet-saytakh ekonomicheskikh forumov: na materiale angliyskogo yazyka*. Diss. ... kand. filol. nauk [Implementation of interactivity on the Internet sites of economic forums: based on the English language material. Cand. philol. sci. diss.]. Kaliningrad, 2011. 192 p. (In Russ.)

Makhnitskaya E. Yu. *Sovremennyy ekonomicheskii diskurs v kognitivnoi paradigmatse* [Contemporary economic discourse in the cognitive paradigm]. Rostov-on-Don, 2007. 232 p. (In Russ.)

Muradyan A. A. *Sopostavitel'nyy analiz diskursivnykh dominant politicheskoy i ekonomicheskoy sfer SShA, Rossii i Frantsii*. Diss. ... kand. filol. nauk [Comparative analysis of the discursive domi-

nants of the political and economic spheres of the USA, Russia and France. Cand. philol. sci. diss.]. Moscow, 2018. 177 p. (In Russ.)

Oleshkov M. Yu. *Sistemnoe modelirovanie institutsional'nogo diskursa: na materiale ustnykh didakticheskikh tekstov*. Diss. ... d-ra filol. nauk [Systemic modeling of institutional discourse: based on oral didactic texts. Dr. philol. sci. diss.]. Nizhny Tagil, 2007. 423 p. (In Russ.)

Chernyavskaya V. E. *Otkrytyy tekst i otkrytyy diskurs: intertekstual'nost' – diskursivnost' – interdiskursivnost'* [Open text and open discourse: intertextuality – discursiveness – interdiscursiveness]. *Lingvistika teksta i diskursivnyy analiz: traditsii i perspektivy* [Text linguistics and discourse analysis: Traditions and prospects]. St. Petersburg, Saint Petersburg State University of Economics Publ., 2007, pp. 7–26. (In Russ.)

Sheremet'eva A. A. *Metafora nemetskogo ekonomicheskogo diskursa*. Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk [Metaphors of German economic discourse. Abstract of Cand. philol. sci. diss.]. Irkutsk, 2009. 18 p. (In Russ.)

Kite Y., Tatsuki D. Remedial interactions in film. *Pragmatics in Language Learning, Theory and Practice*. Tokyo, 2005, pp. 99–118. (In Eng.)

Rose K. R. Compliments and compliment responses in film: Implications for pragmatics research and language teaching. *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 2001, issue 39, pp. 309–328. (In Eng.)

Skorczynska H., Deignan A. Readership and purpose in the choice of economics metaphors. *Metaphor and Symbol*, 2006, issue 21(2), pp. 87–104. (In Eng.)

Wedding D., Boyd M. A., Niemiec R. M. *Movies & Mental Illness: Using Films to Understand Psychopathology*. Cambridge, 2005. 258 p. (In Eng.)

COMPREHENSIVE APPROACH TO RESEARCH INTO THE ECONOMICS FILM DISCOURSE

Alexandra A. Lukina

Senior Lecturer in the Department of Foreign Languages and Intercultural Communication

Financial University under the Government of the Russian Federation

49, Leningradskiy prospekt, Moscow, 125167, Russian Federation. laalukina@gmail.com

SPIN-code: 2228-7919

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4955-195X>

Submitted 30.11.2020

The article is devoted to a comprehensive study of the economics film discourse. Eleven feature films and documentaries of the economic genre in the English and Russian languages (total duration – 1,221 minutes) served as the material for the research. The article provides an overview of linguistic studies of the economic discourse over the past 20 years, describing three forms of its existence and functioning: scientific economic discourse, official business economic discourse, and popular economic discourse. Further, the author substantiates the feasibility of using film texts as material for linguistic research into the economic discourse, as well as its advantage – the possibility of studying three modes: oral, written, and gestural. The paper presents the following typological aspects of the economics film discourse: target audience, participants in communication, communication code, topic and precedent texts as the main idea. Based on those, the author identifies and describes the target audience of economics films, three binary models of interaction between participants in economic communication and their features. Further, the paper presents typological variety of discourses in which economic communication unfolds. There are considered everyday discourse, mass information discourse, and business discourse. In the last one, the author identifies the following genres: business conversation, business negotiations, office meeting, public speech, presentation, business discussion, press conference, business correspondence. In addition, the author has compiled terminological maps for economics films with the identification of key terms that determine the subject matter and the main problem of each film. The results of the analysis can be used not only in further research in the field of discourse and textual analysis but also as a basis for the formation of lecture and practical materials to be used for the course of business English and in the training of translators in the field of economics.

Key words: economic discourse; popular economic discourse; film discourse; economic communication; communication code; precedent texts.