

4. Исторические города и села в процессе урбанизации (по материалам международного совещания] // Материалы ICOMOS. Научно-информационный сборник. - М. 1996. - Вып. 2. - 64 с.
5. Лихачёв, Д. С. Экология культуры / Д. С. Лихачев // Памятники Отечества: Альманах Всероссийского общества охраны памятников истории и культуры. - М., 1980. - № 2. - С. 10-16.
6. Чепайтене, Р. Культурное наследие в глобальном мире / Р. Чепайтене. - Вильнюс: ЕГУ 2010. - 296 с.

**ФРЕЙМ-АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «ЭКОНОМИКА»
В СОВРЕМЕННЫХ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯХ
И ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ**

А. А. Касперук

Белорусский государственный университет,
факультет социокультурных коммуникаций,
ул. Курчатова, 5, 220108, Минск, Республика Беларусь
e-mail: bekon@tut.by

В статье рассматривается понятие «экономика» и проводится его фрейм-анализ в деятельности предприятий свободной экономической зоны «Брест». Описываются основные составляющие фрейма «экономика». Делается вывод об инвариантности профессиональных доминант, необходимости совершенствования языка общения бизнес-сообщества в ходе производственной деятельности.

Ключевые слова: бизнес среда, теория фреймов, профессиональная доминанта, структура фрейма.

**FRAME ANALYSIS OF THE CONCEPT OF ECONOMICS
IN MODERN BUSINESS COMMUNICATIONS
AND BUSINESS DISCOURSE**

A. A. Kasperuk

Belarusian State University,
Sociocultural Communications Department,
Kurchatov Str. 5, 220108, Minsk, Republic of Belarus
e-mail: bekon@tut.by

The concept of «economy» is reviewed and its frame analysis is carried out of activity of enterprises of the free economic zone «Brest». The main components of the «economy» frame are described. Conclusion about invariance of professional dominants, the need to improve

the language of communication within the working process of business community is made.

Key words: business environment, frame theory, professional dominant, frame structure.

Профессиональная бизнес-среда априори конструирует, как любая другая, актуальные для данного вида деятельности смыслы. Совокупность смыслов определяет содержательность складывающейся профессиональной среды, ее специфику и особенности. Наиболее полно они фиксируются в языке профессиональной среды, ее деловом дискурсе. При этом бизнес-коммуникации выступают технологией поддержки и распространения, преобразования профессиональной бизнес-среды. Профессиональный взгляд и оценки оставляют своеобразный отпечаток на понимании и интерпретации явлений жизнедеятельности, мышлении и миропонимании человека.

Очевидно, что язык бизнеса является неотъемлемой частью социокультурного пространства значительного числа людей, напрямую даже и не занимающихся предпринимательской деятельностью. Речевая практика бизнес-сообщества стала важным компонентом коммуникативного пространства. Маркерами этого пространства задаются некие «научные» каноны осуществления бизнеса, образы предпринимателя и делового мира, а также правила отношений и взаимодействий, этика и культура бизнеса, система приоритетов и ценностей.

В данном контексте фрейм выступает носителем и выразителем универсальной, типичной информации, характеризующей ситуацию, состояние и положение дел, собирательным значением контекста. Фреймовая концепция «облегчает» понимание, моделирует его связи — социальные, религиозные, экономические, управленческие и т. д. Многосторонность и инвариантность отношений фрейма сохраняет его первородную основу, например, ментальные карты и коды бизнес-пространства, компетенции, традиции, знания деловой культуры. Так или иначе, но еще Роберт Р. Мертон в своей версии теории функционализма проводил различие между явными и латентными функциями социального действия. Определяя это различие в явных, известных, видимых и скрытых, неизвестных, подразумеваемых типах социального действия, о последствиях которых его участники не догадываются и не представляют их.

Необходимо подчеркнуть, что между данными типами отношений устанавливаются взаимосвязи, более того, комбинации вторичного уровня могут быть гораздо содержательней, чем первичного родового. Для культуролога в связи с вышеизложенным важным становится определение детерминант индивидуальной трансформации культурного кода, норм, опыта, образцов поведения, язык комбинаций вторичного уровня. Механизмов трансформации и преобразований привычного, устойчивого вида деятельности в иной. Однако это происходит не сразу, а при определенных условиях и обстоятельствах развития и функционирования. На примере уровня и содержания делового дискурса это очевидно. Языковые системы по-особому обозначают и толкуют экономические процессы, поведение его участников. Зачастую — имея в виду общее понимание деловой среды — в жизни все выглядит иначе, так, под «менеджером» по-прежнему подразумевается «управленец», «руководитель», под «человеческими ресурсами» — «кадры», или, напротив, в смысл понятий изначально закладывается другая интерпретация. Смысловое содержание понятия «безработный» в европейской традиции несколько отлочно от белорусского понимания.

В связи с вышеизложенным, бизнес-среде необходимо время для «фреймирования культуры». Иными словами, в языковой картине деловой профессиональной среды смысловое понятие, например, «экономика», должно стать актуальным и ценностным компонентом. Несомненно, что институционально фрейм «экономика» определяется через видовые понятия — «менеджмент», «человеческие ресурсы», «партнерство» и другие. Сохраняя свою уникальность, фрейм прежде всего вербализуется в слове и тексте, через фрейм-структуры, применяемые для обозначения основных понятий и объектов бизнес-среды, в ее профессиональном и деловом дискурсе.

Представляется, что фрейм-анализ будет неполным без анализа ролей участников профессионального и делового общения, анализа ситуаций, контекста, сценариев и возможностей их взаимодействия.

Сложность и многогранность понимания фрейма разными авторами, школами и научными направлениями сформировали «свой» взгляд и «свои» акценты на его особенностях и характеристиках. При этом представители всех наук согласны с тем, что

фрейм изначально является элементом культуры. В мире человека и культуры фреймы, с одной стороны, предзаданы в качестве культурных кодов, с другой – не определены, трансформируются, конструируются, обогащаются в ситуации диалога культур. Различия во взглядах на терминологический аппарат категории фрейма и его смысловое наполнение привели к появлению разных интерпретаций этого понятия, а в дальнейшем – различных вариантов фрейм-анализа [1, с. 31]. Фрейм-анализ определяет реальное состояние бизнес-практики в динамике и диалектике явного и латентного взаимодействия. Один из теоретиков фрейм-анализа, И. Гофман в своей работе «Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта» в основе анализа видел исследование ситуаций трансформации и разрушения фреймов, взаимодействия между ними [2].

Сегодня культурологи активно обозначают свой научный интерес к исследованию фреймов, в целом к теории фреймов. В связи с этим актуальным представляется подход О. И. Горяиновой в исследовании культуры повседневности, при котором первичный фрейм соотносим с культурологическим понятием «культурная картина мира», поскольку он упорядочивает опыт группы в течение длительных временных промежутков [3]. В этом же ряду работы фрейм-анализа офисного пространства М. М. Писаревой [4] и житейских историй В. В. Резаева [5].

Наш фрейм-анализ направлен на определение основных терминов, выражающих содержание понятия «экономика» в деятельности предприятий с участием польских инвестиций свободной экономической зоны «Брест». Первые предприятия свободной экономической зоны «Брест» созданы в 1996 г. В настоящее время действуют 11 предприятий. Общая численность персонала, работающего на предприятиях с польским капиталом, более шести тысяч человек. Объектом анализа стали наиболее крупные предприятия. В том числе иностранное предприятие «Инко-фуд» (<http://incofood.by>, производство мясных продуктов), ИООО «Профили Вокс» (<http://vox.brest.by/>, производство строительных и отделочных материалов), ИООО «БРВ Брест» и также СООО «Торговая компания Black Red White» (<http://brw.brest.by/>, производство мебели) и ООО «Полесье» (<http://www.polesie-toys.com/>, производство детских игрушек).

На сайтах данных предприятий проанализируем раскрытие понятия «экономика» через видовые понятия «менеджмент», «человеческие ресурсы», «партнерство» (см. таблицу 1).

Таблица 1 — Сравнительный анализ раскрытия понятий «менеджмент», «человеческие ресурсы», «партнерство» на сайтах предприятий.

Экономика	Инко-фуд http://incfood.by	Профили Вокс http://vox.brest.by/	БРВ Брест http://vox.brest.by	Полезье http://www.polesie-toys.com
<p>Менеджмент</p>	<p>динамично развивающееся предприятие;</p> <p>инновационные технологии;</p> <p>совершенствующая технологический процесс;</p> <p>бренд-портфель компании;</p> <p>системы менеджмента качества продукции;</p> <p>экологическая система управления качеством;</p> <p>требования новейших стандартов и сертификатов соответствия качества.</p>	<p>новое технологическое оборудование;</p> <p>передовые достижения и новые технологии в производстве изделий из ПВХ.</p>	<p>качество обслуживания;</p> <p>широчайший ассортимент корпусной, мягкой мебели;</p> <p>постоянное обновление ассортимента.</p>	<p>качество и современный дизайн оценили покупатели более 40 стран мира;</p> <p>производитель высококачественных пластмассовых игрушек из экологически чистых материалов с использованием передовых технологий;</p> <p>совершенствовалась технология, рост ассортимента;</p> <p>каждое изделие имеет сертификат безопасности;</p> <p>активное продвижение продукции предприятия на рынок Евросоюза;</p> <p>производственный комплекс предприятия без преувеличения является одним из лучших в Европе в своем сегменте рынка и позволяет выпускать широчайший ассортимент игрушек и хозяйственно-бытовых товаров;</p> <p>предприятие осуществляет выпуск продукции под торговыми марками «Полезье», «Molto», «Palau», «Wader Quality Toys», «Coloma Y Pastor», «Cavallino»;</p>

Экономика	Инко-фуд http://incofood.by	Профили Вокс http://vox.brest.by/	БРВ Брест http://vox.brest.by	Полесяе http://www.polesie-toys.com
Менеджмент				применение современных методов управления предприятием; внедрения новых технологий и современного энергосберегающего оборудования; изучение мирового опыта производителей аналогичной продукции.
Человеческие ресурсы	комфортные условия труда; отдел кадров; ценим сотрудников предприятия.	высококвалифицированный коллектив; сплотить в единую команду; ценится компетентность, ответственность и готовность к самоотдаче.	карьерный рост; динамичный коллектив.	численность работников предприятия; обеспечить рост благосостояния работников предприятия; активное вовлечение всех работников предприятия; повышение уровня их профессиональной подготовки.
Партнерство	доверие наших потребителей; крепкие и дружеские отношения с партнерами; дорожим постоянными партнерами; рады новым взаимовыгодным и крепким партнерствам.	значимость собственной компании в глазах своих партнеров по бизнесу; заставить считаться с нами наших конкурентов в России; внушает доверие и уважение не только клиентам и партнерам по бизнесу, но и обществу в целом.		приглашаем к сотрудничеству новых партнеров и дилеров; в атмосфере творчества и открытости.

В качестве итога отметим, что любой автор делового дискурса и участник бизнес-коммуникаций совершенствует свои знания. Проанализированные нами базовые структуры фрейма «экономика» в контексте публичной деятельности предприятий являются верхним уровнем профессиональных доминант бизнес-сообщества. При этом вполне очевидно, что институализация и транскрипция фрейма «экономика» на сайте ООО «Полесье» (<http://www.polesie-toys.com/>) является наиболее соответствующим современному его толкованию, чем у других компаний, представляющих свободную экономическую зону «Брест». На фоне данных стандартов и профессиональных доминант в ходе профессионального общения и коммуникаций фрейм приобретает иное значение. Речевая и мыслительная деятельность, приобретенный опыт трансформируют фрейм в иную реальность, формируя собственную систему взаимосвязанных фреймов.

Литература

1. Гусельникова, О. В. Возможности фреймового анализа О. В. Гусельникова // Мир науки, культуры, образования. - 2009. - № 5. - С. 29-32.
2. Гофман, И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / И. А. Гофман - М.: Институт социологии РАН, 2004. - 752 с.
3. Горяинова, О. И. Культура повседневности в контексте методологии культурологического познания/ О. И. Горяинова // Культурологический журнал. - 2010. - № 1 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.cr-journal.ru/files/file/02_2011_11_37_11_1297931831.pdf.
4. Писарева, М. М. Анализ фреймов как методология офисного пространства / М. М. Писарева // Материалы Девятнадцатых «Майских чтений» «Культурные миры большого города», 2007 [Электронный ресурс]. - URL: <http://maiskoechtivo.pstu.ru/2007/4/1/1.html>.
5. Резаев, В. В. Житейская история в структуре повседневности: опыт фрейм-анализа / В. В. Резаев // Челябинский гуманитарий. - 2011. - Т. 2. - № 15. - С. 92-95.