

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

WU

WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS



Концепт «Евразия» и российская экономика

Эдгар Хоффманн (Вена)

Содержание

1. **Введение**
2. **Дизайн исследования**
3. **Развитие концепта Евразия**
4. **Евразия в настоящее время**
5. **Евразия в экономическом дискурсе**
6. **Резюме и выводы**
7. **Литература**

1. Введение

- **Маркетинг транснациональных компаний**
- **Евразия как самостоятельный регион маркетинга**
- **Культурологический подход решения проблемы маркетинга**
- **Особая роль бизнес-прессы**

2. Дизайн исследования

- *Евразия* как культурный ключевой концепт: ядро и верхние слои
- Динамика концептных компонентов
- Лексическое значение концепта
- Актуальное значение в общественном и экономическом дискурсе
- Составление корпуса (пресса, интервью, Mission Statements)
- Качественный и количественных анализ 90 тыс. токенов

3. Развитие концепта Евразия

- Развитие четырех концептных компонентов
- Географический компонент (до XVIII века)
- Философский компонент (с XIX века)
- Политический компонент (с 1990-х годов)
- Экономический компонент (с 1998 года)

4. Евразия в настоящее время

4.1. Актуальное значение

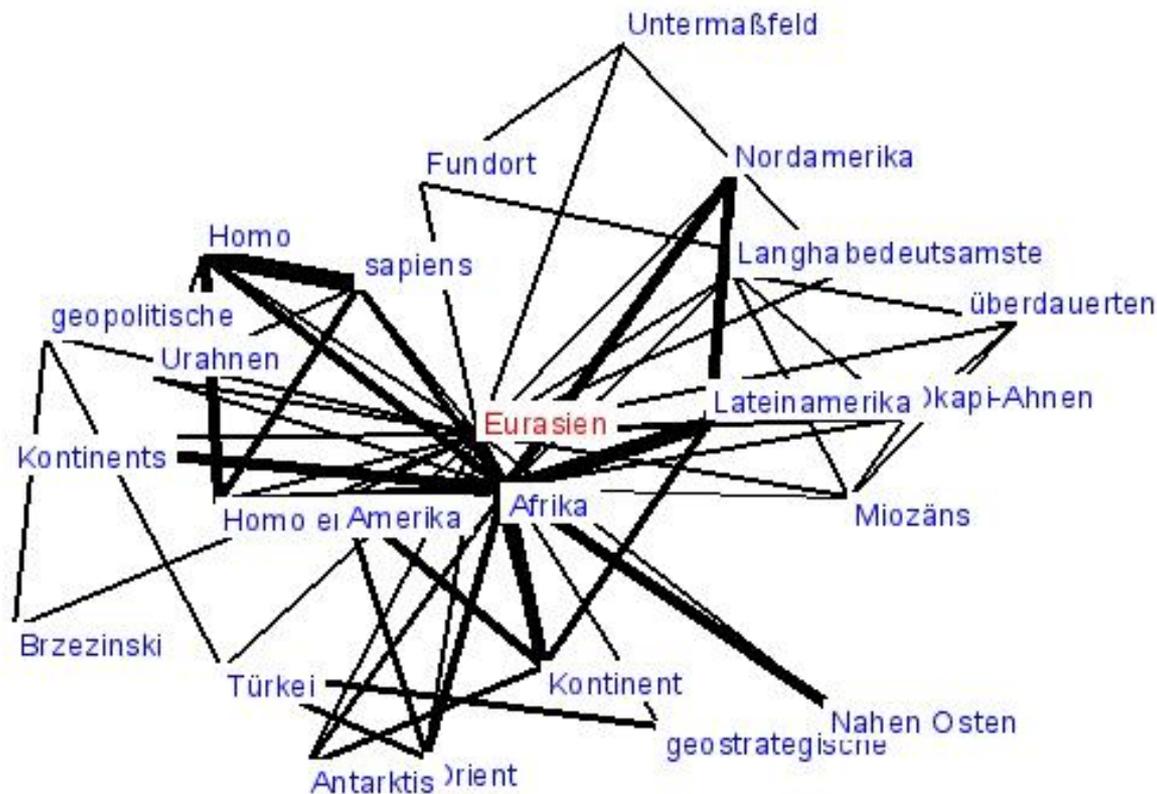
- Анализ 76 опросов общественного мнения
- Россия как европейская страна
- Россия как особая евразийская цивилизация
- «советское» и «славянское» евразийство
- Расхождение ментальных конструкций элит и рядовых граждан
- Отрицание усилий по интеграции в Центральной Азии

4. Евразия в настоящее время

4.2. Лексическое значение

- Евразия в словарях и справочниках – «суперконтинент»
- Евразия в «Ассоциативном словаре русского языка»
- Евразия в корпусах разных языков
- Евразийство в российских и зарубежных энциклопедиях – произвольность определений

Евразия в „Deutscher Wortschatz“



<http://wortschatz.uni-leipzig.de> (1995-2005, 500 млн. слов, 99 раз)

5. Евразия в экономическом дискурсе

5.1. Евразия в корпусе

- Анализ всех 90.100 токенов лексем *Евразия, евразийский, евразийство, евразиец* и *евраз-*
- Отдельный анализ трех групп по ономастическим критериям
- 1) онимическое употребление в исходном смысле
- 2) онимическое употребление в более широком смысле
- 3) деривационное (деониическое) употребление

5. Евразия в экономическом дискурсе

5.2. Потеря географического компонента

- Онимические примеры *Евразии* - 5% всех примеров
- географическое расчленение Евразии: Северная, Центральная, Восточная, Большая и Южная Евразия
- онимическое употребление в более широком смысле: ЕврАзЭС
- *Евразия* как агенс

5. Евразия в экономическом дискурсе

5.3. Мода и прагматизм

- Трансонимические примеры *Евразии* - 82% всех примеров: эргонимы, прагматонимы и эвентонимы
- Четыре типа:
- *Евразия* как (юридически незащищенная) часть имен собственных
- *Евразия* как часть композитов
- *Евразийский* как часть онимических синтагм
- *-евраз-* в акронимах и сокращенных словах

5. Евразия в экономическом дискурсе

5.3. Мода и прагматизм

- Политические и экономические единицы
- Семантически прозрачные имена собственные – дескриптивные условия потеряны
- Сфера действия самая разная
- Образцы из англо-американского пространства
- Результат изменения общественной парадигмы местоположения России
- Мода и прагматизм в корпоративной коммуникации: престиж, экономия, реклама

5. Евразия в экономическом дискурсе

5.4. Свободная конфигураемость

- **Деривационные (деонимические) примеры - 13% всех примеров: евразийский как часть номинальных групп**
- **Анализ коллокаций:**
- **географический компонент преобладает**
- **политический и экономически компоненты мало представлены**
- **Философский компонент фактически отсутствует**
- **Евразия состоит из любых комбинаций компонентов**

5. Евразия в экономическом дискурсе

5.5. Евразия и Европа

- Минимальные эффекты свободной конфигураемости на международную экономику
- Анализ близости лексем *Евразия, Европа и Запад*
- Концепты *Евразия* и *Европа* мало связаны друг с другом
- Параллельное существование – самостоятельные регионы для маркетинга
- Анализ близости лексем *Евразия* и *Дугин*
- Философский компонент без влияния на экономику

5. Евразия в экономическом дискурсе

5.6. Динамика развития с 2008г.

- **Неоднозначные результаты анализа опросов мнения, политической ситуации и внешней торговли**
- **Создание новых политических и экономических союзов, интеграция Украины vs. сближение среднеазиатских стран с Китаем**
- **Неоднозначные результаты диахронного анализа близости лексем Евразия и Европа/Запад и Дугин**
- **Тенденция ухода Евразии во второй план**

Евразия и лексемы

Дугин, Европа и Запад

Встречаемость комбинаций лексем в деловой прессе

Год	Евразия	Евразия и Дугин	Евразия и Европа	Евразия и Запад
2001	9.269	35 (0,38%)	816 (8,80%)	956 (10,31%)
2005	18.328	100 (0,55%)	3.330 (18,17%)	4.535 (24,74%)
2009	44.928	244 (0,54%)	13.091 (29,14%)	10.132 (22,55%)

<http://global.factiva.com> (2001-2009, в скобках доля из всех статей)

6. Резюме и выводы

- **Многосторонний культурный ключевой концепт**
- **Стабильное ядро – Россия**
- **Нечеткие верхний слой – в зависимости от политических и экономических интересов**
- **Исключительно российский концепт**
- **Для маркетинга транснациональных компаний без особенного значения**
- **Шансы свободной конфигураемости**



VIENNA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND BUSINESS

**DEPARTMENT FÜR
FREMSPRACHLICHE
WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION**

Department of Foreign Language
Business Communication
Nordbergstraße 15, 1090 Vienna, Austria

ASS.PROF. DR. EDGAR HOFFMANN

T +43-1-313 36-4124
edgar.hoffmann@wu.ac.at

http://www.wu.ac.at/slawisch/team/personal_pages/hoffmann

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ