

RU

## Англоязычный институциональный таможенный дискурс в массмедиальном интернет-пространстве

Двойнина Е. В.

**Аннотация.** Цель исследования – выявить специфику англоязычного институционального таможенного дискурса в массмедиальном интернет-пространстве. В статье определяются и рассматриваются основные компоненты англоязычного институционального таможенного дискурса. Научная новизна исследования заключается в том, что впервые таможенный дискурс анализируется как отдельный тип институционального дискурса, проводится исследование компонентов таможенного дискурса и рассматривается влияние массмедиального интернет-пространства на специфику данного дискурса на материале английского языка. В результате доказано, что массмедиальное интернет-пространство оказывает существенное влияние на компоненты англоязычного институционального таможенного дискурса, потому отдельные компоненты институционального дискурса претерпевают существенные изменения.

EN

## English-Language Institutional Customs Discourse in Mass-Media Internet Space

Dvoynina E. V.

**Abstract.** The purpose of the study is to determine specificity of the English-language institutional customs discourse in the mass-media Internet space. The article identifies and examines the main components of the English-language institutional customs discourse. The work is novel in that it is the first to analyse the customs discourse as a separate type of the institutional discourse, to study components of the customs discourse and consider impact of the mass-media Internet space on specificity of this discourse, using material in English. As a result, it is proved that the mass-media Internet space has significant influence on components of the English-language institutional customs discourse that is why certain components of the institutional discourse undergo considerable changes.

### Введение

Актуальность темы исследования обусловлена значительным интересом исследователей к специфике различных видов институционального дискурса. Эффективная работа современных институтов власти, организаций местного, национального и особенно международного уровня невозможна без своевременного представления результатов этой работы и перспектив дальнейшего развития в средствах массовой информации. Интернет-технологии позволяют вести эту работу в массмедиальном интернет-пространстве, охватывая максимально возможную аудиторию. Освещая работу своей организации в средствах массовой информации и выступая от ее лица, авторы текстов становятся участниками институционального дискурса, исследования которого активно ведутся в различных отраслях. Мы предполагаем, что массмедиальное интернет-пространство повлияет на специфику компонентов англоязычного институционального таможенного дискурса, и мы сможем ее выделить.

Для достижения указанной цели было необходимо решить следующие задачи: во-первых, выделить основные компоненты англоязычного институционального таможенного дискурса в массмедиальном интернет-пространстве, во-вторых, рассмотреть специфику этих компонентов в массмедиальном интернет-пространстве, их отличие от компонентов идентичного дискурса в ситуации реального общения.

Решение поставленных задач проводилось с использованием таких методов исследования, как описательный, сравнительный и интерпретационный, а также метода контент-анализа. Системный подход позволяет максимально широко и подробно проанализировать данный тип дискурса.

Теоретической базой исследования послужили публикации исследователей общих вопросов теории дискурса В. И. Карасика [2] и Н. Д. Арутюновой [1] и различных типов институционального дискурса и их особенностей Н. В. Сальниковой [3], Г. А. Сосуновой и Н. Г. Епифанцевой [4], Т. П. Тарасенко [5], М. А. Филипповой [6] и Е. И. Шейгал [7].

Объектом исследования послужили интернет-издания ВТамО “WCO news”, американской пограничной и таможенной службы “Frontline”, а также интернет-сайты вышеназванных организаций и HM Revenue and Customs (Управление Ее Величества по налогам и таможенным пошлинам) (здесь и далее перевод автора статьи. – Е. Д.).

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов в вузах гуманитарного профиля в спецкурсах по стилистике, медиалингвистике и дальнейших исследованиях институционального дискурса.

### **Основные компоненты институционального дискурса**

Исследования дискурса, третьего компонента, расширившего дихотомию Ф. де Соссюра, активно ведутся в различных направлениях. Сложность этого феномена позволяет дать ему различные определения, как, например, «текст, погруженный в ситуацию общения» [1] и «речь, погруженная в жизнь» [2], и рассматривать его с лингвистической, психолингвистической, социокультурной, социалингвистической, прагматической и других точек зрения, рассматривать устный, письменный, жестовый, мысленный, бытовой, официальный, публицистический, художественный и прочие типы дискурса.

В своих работах ученые существенно расширили типологию дискурса по жанрам. Особое внимание сейчас уделяется изучению профессионального и институционального дискурсов, специфика которых активно анализируется в различных сферах [3-7].

Из всех видов дискурса, то есть текста, погруженного в ситуацию общения, в рамках данной статьи мы рассмотрим только институциональный (осуществляется между представителями той или иной профессии как представителями определенного института или организации (в нашем случае – представителями таможенных органов и ВТамО), специализированная клишированная разновидность общения между людьми, которые могут не знать друг друга, но должны общаться в соответствии с нормами ситуации общения). Из вышесказанного следует, что личностное начало в данном типе дискурса сведено к нулю, а степень ритуальности коммуникации возрастает.

Проведенный анализ показал, что англоязычному институциональному таможенному дискурсу присущи все компоненты, выделенные В. И. Карасиком у институционального дискурса: участники, хронотоп, цели, ценности, стратегии, материал (тематика), дискурсивные формулы [2].

### **Участники англоязычного институционального таможенного дискурса**

Участниками институционального таможенного дискурса являются представители Всемирной таможенной организации, различных национальных таможенных служб и их подразделений, физические и юридические лица, участники внешнеэкономической деятельности. Физические и юридические лица попадают в ситуацию институционального таможенного дискурса при пересечении границы. Обывателям приходится отвечать на вопросы, которые многим кажутся странными: “Who are you travelling with?” / «С кем Вы путешествуете?»; “Did you pack your luggage yourself?” / «Вы сами упаковали свой багаж?», заполнять таможенные декларации, уточнять нормы бесплатного провоза, размер пошлин.

Благодаря развитию электронных технологий непосредственное общение участников ВЭД и таможенных органов сводится к минимуму: декларирование, проверка документов и многие другие процессы происходят дистанционно. По сути, в институциональном таможенном дискурсе в данном случае принимают участие лишь лица, непосредственно перевозящие или сопровождающие груз при пересечении границы.

Использование интернет-технологий позволяет вывести процесс общения на более высокий уровень, на котором международные организации (агенты общения) информируют о результатах и достижениях в своей работе максимально возможное число реципиентов (клиентов) в разных странах. Единственным ограничением выступает знание английского (или другого иностранного) языка. Например, июньское издание “WCO news” полностью посвящено актуальной проблеме 2019 года: “COVID-19: Impact, challenges, lessons learnt and way forward” [8] («КОВИД-19: влияние, вызовы, уроки и перспективы»), но при этом еще анонс номера напоминает, что процесс работы по другим проблемам не прекращается ни на минуту: “How Customs and their partners responded to the COVID-19 crisis, the future of Customs, trade in wild plant resources, data analysis, digitization, automated data exchange” [ibidem] («Как таможня и партнеры отреагировали на кризис во время эпидемии КОВИД-19, будущее таможни, торговлю дикорастущими растительными ресурсами, анализ данных, цифровизацию и автоматизированный обмен информацией»).

В качестве отдельных и весьма специфичных участников институционального таможенного дискурса следует выделить различного рода нарушителей таможенных правил и законов. Среди них могут оказаться как обыватели, непреднамеренно нарушившие таможенное законодательство по ряду причин, так и люди, осознанно и неоднократно нарушающие закон. Массмедиальное интернет-пространство позволяет обратиться к этой категории клиентов с превентивными целями: “Tax avoidance: don’t get caught out” [11] («Налоговые

льготы: как не стать мошенником») и предупредить возможных жертв мошеннических действий: “CBP warns about the phone scam: CDP does not solicit money or payment over the phone” [9]. / «Американская таможенная и пограничная служба (АТПС) предупреждает о мошенничестве по телефону: АТПС не запрашивает деньги или оплату по телефону».

В любых рассмотренных нами случаях институциональному таможенному дискурсу присуща диада «агент-клиент», компоненты которой отличаются статусным неравенством. Клиент обязан отвечать на вопросы таможенника, какими бы странными они ему ни казались, распаковывать и предъявлять для осмотра багаж и прочее. В массмедиальном интернет-пространстве неравенство усилено незнанием английского языка.

Необходимо также упомянуть такие черты институционального таможенного дискурса, как диалогичность и интерактивность, то есть возможность оперативной обратной связи уже после выхода из ситуации непосредственного общения. Интернет-пространство позволяет организациям хранить в архивах огромное количество информации в открытом доступе.

### **Хронотоп, цели, функции и тематика англоязычного институционального таможенного дискурса**

Хронотопом традиционного институционального таможенного дискурса является обстановка, типичная для пересечения границы физическими или юридическими лицами и грузами или для оформления документов, необходимых для пересечения границы. В массмедиальном интернет-пространстве хронотоп не имеет границ: клиент в России, Уганде, Китае может получить необходимую ему информацию из любой точки мира в любое время и, благодаря архивам, за любой период.

Основной целью деятельности таможи является упрощение процессов пересечения границы физическими лицами, грузами и транспортными средствами без снижения эффективности таможенного контроля. Цели институционального таможенного дискурса разнообразны. В условиях непосредственного общения мы можем говорить об элементарных целях институционального дискурса: установление цели путешествия, пункта назначения, количества груза, размера пошлины и т.д. В условиях массмедиального интернет-пространства мы можем говорить о более глобальных целях: от упрощения мировой торговли, быстрого обмена информацией, мгновенного доступа к базам данных до создания объективной картины деятельности и положительного имиджа национальных таможенных служб и ВТамО.

Цели данного дискурса определяют его основные ценности, представленные в его ключевых концептах: УПРОЩЕНИЕ, БЕЗОПАСНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, которые одинаковы для институционального таможенного дискурса в традиционной ситуации общения и в массмедиальном интернет-пространстве.

Институциональный таможенный дискурс выполняет различные функции: регулятивную, информирующую, организующую и коммуникативную. Учитывая специфику общения таможенников с различными типами клиентов, мы можем выделить манипулятивную и суггестивную функции. Массмедиальное интернет-пространство позволяет максимально реализовываться таким функциям институционального таможенного дискурса, как информирующая, воздействующая, стратегическая и репрезентативная.

Тематика институционального таможенного дискурса охватывает самый широкий круг проблем и обусловлена основными целями: безопасное перемещение пассажиров и грузов через границу, упрощение торговли, институциональное развитие и внедрение современных информационных технологий и другие. Статьи и сообщения, размещенные на сайтах национальных таможенных служб, позволяют охватить максимально широкий круг актуальных на данный момент вопросов и проблем: например, на сайте американской таможенной службы можно найти информацию о последних успешных операциях по борьбе с контрабандой, нелегальной иммиграцией, новости для туристов и легальных иммигрантов [Ibidem], на сайте ВТамО отражена информация, представляющая интерес для самого широкого круга клиентов: специалистов в таможенной сфере, путешественников, студентов и просто изучающих английский язык [12].

Интернет-издания позволяют структурировать информацию, посвящать весь выпуск одной проблеме и подробно анализировать ее: например, майский выпуск “Frontline” 2016 года полностью посвящен урагану Мария [10], тема июньского выпуска “WCO news” 2016 года: “Illicit trade” («Незаконная торговля»), февральского – цифровизация “Going digital” («Переходим на цифру»), июньский 2017 года посвящен проблеме коррупции: “Sweeping away corruption through collective action” («Избавляемся от коррупции совместными усилиями») [8].

### **Влияние массмедиального пространства на основные стратегии, жанры и дискурсивные формулы англоязычного институционального таможенного дискурса**

Цели данного типа институционального дискурса определяют разнообразие используемых стратегий, которые можно объединить в следующие классы: сбор информации, анализ информации, представление сообщения об информации. В массмедиальном интернет-пространстве особо следует выделить стратегию институциональной самопрезентации, которая тесно связана с информирующей и воздействующей функциями. Массмедиальное интернет-пространство позволяет ВТамО формировать положительный имидж таможенных служб отдельных стран: “Border management organization in New Zealand forges ahead” («В Новой Зеландии совершенствуется организация пограничного контроля»), “Data analysis in risk management: Singapore Customs perspective” («Анализ данных в управлении рисками: перспективы развития таможенной службы

Сингапура»), “Gambia Revenue Authority modernizes its human resource management approach” («Таможенная служба Гамбии модернизирует методы управления персоналом») [Ibidem]. Нельзя не отметить, однако, что одновременно ВТамО создает и свой положительный образ – организации, способной организовать и курировать разнообразные процессы, происходящие в разных частях света.

Массмедиаальное интернет-пространство накладывает отпечаток на жанры институционального таможенного дискурса. Оно проходит в письменной форме и является абсолютно публичным и условно диалогическим, поскольку оно, безусловно, адресно, но непосредственного диалога нет. Следует также отметить возможность обратной связи для клиентов.

Именно поэтому крайне сложно говорить о дискурсивных формулах в данном типе дискурса. В традиционном институциональном таможенном дискурсе дискурсивные формулы весьма разнообразны. Они позволяют получить необходимый объем информации о путешественнике или о грузе максимально быстро. Стандартные вопросы предполагают в большинстве случаев стандартные ответы. Стандартными являются и позиции в декларациях, которые приходится заполнять.

Оригинальные ответы, нарушающие формулу, встречаются крайне редко. Например, всем известен нестандартный ответ Оскара Уайльда на традиционный вопрос таможенника “Do you have anything to declare?” / «Что будете декларировать?»: “I have nothing to declare except my genius” / «Мне нечего декларировать, кроме собственной гениальности».

В институциональном дискурсе в массмедиаальном интернет-пространстве речь может идти лишь об использовании прецедентных текстов. Однако в рассмотренном материале и таких примеров немного. Авторы статей, например, могут использовать в заглавиях известные пословицы и поговорки, как связанные с таможенной сферой: “Borders divide, Customs unite” («Границы разъединяют, таможня объединяет»), так и общеизвестные: “Looking for a needle in a haystack” («Ищем иголку в стоге сена») [11]. На наш взгляд, это связано с тем, что мы имеем дело с официальными изданиями и сайтами служб и официально-деловым стилем общения, для которого характерна лаконичность.

## Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, в англоязычном институциональном таможенном дискурсе присутствуют все основные компоненты дискурса.

Во-вторых, массмедиаальное пространство накладывает отпечаток на специфику отдельных компонентов. В некоторых случаях компоненты институционального таможенного дискурса в массмедиаальном интернет-пространстве и ситуации непосредственного общения полностью совпадают: например, диада «агент-клиент», цели, ценности идентичны в обеих ситуациях.

В других случаях мы можем говорить об усилении отдельных компонентов за счет использования возможностей интернет-пространства: например, усиление функций самопрезентации, организующей и воздействующей, расширении хронотопа.

Кроме того, мы можем говорить о полном исчезновении некоторых составляющих элементов этих компонентов: например, исчезновение устных и непубличных жанров общения, а также условной диалогичности данного типа дискурса, замене дискурсивных формул на прецедентные тексты.

Таким образом, очевидно, что массмедиаальное пространство влияет на специфику компонентов англоязычного институционального таможенного дискурса.

Перспективы дальнейшего исследования мы видим в более детальном рассмотрении компонентов англоязычного институционального таможенного дискурса, возможности сравнения основных компонентов этого вида институционального таможенного дискурса с аналогичным русскоязычным и другими видами институциональных дискурсов в массмедиаальном интернет-пространстве.

## Список источников

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Сов. энциклопедия, 1990. С. 136-137.
2. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.
3. Сальникова Н. В. Национально-культурная риторика политического дискурса (на материале публичных выступлений Р. Рейгана и М. С. Горбачева): автореф. дисс. ... к. филол. н. Ставрополь, 2011. 21 с.
4. Сосунова Г. А., Епифанцева Н. Г. Стилистические фигуры как фактор формирования коммуникативной направленности в текстах французских отраслевых таможенных изданий // Язык и культура. 2018. № 41. С. 202-216.
5. Тарасенко Т. П. Религиозная концептосфера художественного дискурса В. И. Даля // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 5 (71). Ч. 1. С. 154-158.
6. Филиппова М. А. Языковая специфика рекламного дискурса // Молодой ученый. 2016. № 28 (132). С. 1033-1036.
7. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дисс. ... д. филол. н. Волгоград, 2000. 440 с.
8. <https://mag.wcoomd.org> (дата обращения: 18.03.2021).

9. <https://www.cbpr.gov> (дата обращения: 18.03.2021).
10. <https://www.cbpr.gov/document/frontline-magazine> (дата обращения: 18.03.2021).
11. <https://www.gov.uk/government/organisations/hm-revenue-customs> (дата обращения: 18.03.2021).
12. <https://www.wco.org> (дата обращения: 18.03.2021).

### Информация об авторах | Author information

RU

Двойнина Екатерина Владимировна<sup>1</sup>, к. филол. н.

<sup>1</sup> Российская таможенная академия, г. Люберцы

EN

Dvoynina Ekaterina Vladimirovna<sup>1</sup>, PhD

<sup>1</sup> Russian Customs Academy, Lyubertsy

<sup>1</sup> [dvoynina@mail.ru](mailto:dvoynina@mail.ru)

### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 10.03.2021; опубликовано (published): 30.04.2021.

**Ключевые слова (keywords):** институциональный дискурс; массмедиальное интернет-пространство; англоязычный таможенный дискурс; institutional discourse; mass-media Internet space; English-language customs discourse.