

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В КОНТЕКСТАХ МЕДИАПРОСТРАНСТВА

Хазраткулов Атаджан Полатдурдыевич

аспирант Адыгейского государственного университета, РФ, г. Майкоп

FUNCTIONAL FEATURES OF ECONOMIC TERMINOLOGY IN THE CONTEXTS OF THE MEDIA SPACE

Atadzhan Khazratkulov

Postgraduate Student, Department of General Linguistics Adygea State University, Russia, Maykop

Аннотация. Рассматривается медиапространство различных изданий, передающих экономическую информацию и предоставляющих адресату довольно полную картину о событиях, решениях властных структур, действиях конкретных личностей в сфере экономики.

Отмечается употребление экономических терминов в контекстах медиатекстов, объединенных экономической тематикой, особым образом воздействующих как на эмоциональную сферу адресата, так и на формирование его мировоззренческих позиций, идеологии и, как следствие, концептуальной и языковой картин мира языковой личности, в том числе и коллективной.

Abstract. We consider the media space of various publications that transmit economic information and provide the addressee with a fairly complete picture of events, decisions of power structures, actions of specific individuals in the economic sphere.

The use of economic terms in contexts of media texts, united by economic topics, especially affecting both the emotional sphere of the addressee and the formation of his worldviews, ideology and, as a consequence, conceptual and linguistic pictures of the world of a linguistic personality, including collective ones, is noted.

Ключевые слова: экономический дискурс; специальная терминология; лексико-семантическая доминанта.

Keywords: economic discourse; special terminology; lexical-semantic dominant.

Основной особенностью современного мира и его восприятия людьми является его постоянное стремление к трансформациям.

Элементы абсолютно разнородных структур, свойственных самым различным сферам жизнедеятельности, оказываются способными к соединению и взаимодействию, находя отражение друг в друге. В этих условиях язык как особая система предстает возможным

инструментом соединения, модификации, трансляции информации, получаемой из окружающей действительности. Можно утверждать, что и экономический дискурс в его воплощении в медиатексте становится не только способом репрезентации состояния мировых и внутренних рынков в конкретный временной промежуток, но и сложным синтезом данных из самых разных областей жизни, демонстрируя корреляции с другими видами дискурса, не только институционального и профессионального, но и бытового.

Медиапространство различных изданий, передающих экономическую информацию, предоставляет адресату довольно полную картину, целью которой становится донесение сведений о событиях, решениях властных структур, действиях конкретных личностей в сфере экономики. Отметим, что ведущим методом анализа медиатекстов становится дискурс-анализ с его возможностью выявления связей разной иерархической принадлежности, которые возникают между экономическим дискурсом и общественными институтами, социальными единицами, идеологическими позициями отдельных групп и личностей [16]. В.Е. Чернявская отмечает, что дискурс-анализ «сконцентрирован на степени и характере влияния различных факторов коммуникативно-речевой деятельности, как непосредственно ситуативного контекста, так и более широкого экстралингвистического фона на формирование языковых закономерностей конкретного произведения» [15, с. 102]. В процессе анализа выявляются конкретные значимые закономерности, отличительные свойства объекта исследования, детерминанты, описываемые Г.П. Мельниковым как важнейшая, определяющая характеристика системы и «показатель того, что все в системе не случайно, предопределено, взаимно согласовано, системно взаимосвязано» [11, с. 37]. Детерминанта рассматривается философией языка не только как неотъемлемое свойство языковой системы, но и как конституент текста, который определяет его специфику. Значит, можно говорить о обусловленности определенных свойств текста как константе, которая, тем не менее, будет иметь определенные варианты реализации, зависящие от тематики текста, от институциональной принадлежности дискурса, от целей адресанта и ожиданий адресата.

Представляется, что наиболее полный и глубокий анализ экономического дискурса в медиапространстве может быть проведен на основании комплекса методов анализа, среди которых дискурс-анализ играет ведущую роль. Мы согласны с Т. ван Дейком в том, что «анализ дискурса не следует ограничивать структурами текстов или диалогов. Когда дискурсы получают определение как единицы вербального общения или как коммуникативные явления, к их реальной обработке или использованию в социальных или коммуникативных аспектах следует обращаться с позиций целостного, интегрированного подхода» [6, с. 136]. Безусловно, исследуя коммуникативное событие, мы не можем сосредоточиться лишь на одном, отдельном его компоненте. Важно в этой связи подчеркнуть, что экономический дискурс в медиапространстве представляет собой систему сложных отношений «говорящий – слушающий», которые в данном случае оказываются, по крайней мере, непрямыми: адресант не только доводит информацию до адресата, но и должен убедить его в правомерности собственных суждений, однако адресат лишен возможности вступить в спор или дополнить информацией сообщение адресанта.

Компоненты картины мира адресанта экономического дискурса, транслируемые в медиапространстве, объективируют особенности и закономерности функционирования его концепции мира. Поэтому актуальность обращения к изучению «экономической картины мира» влечет за собой изучение ее связей с научной, социальной, технологической картинами. Все они составляют важные аспекты концептуального образа действительности [2, 8].

Экономическая картина мира предстает с позиций современной когнитивистики как определенная онтологическая модель, как особая аналогия, связывающая «неизвестное с известным, используя для объяснения (или интерпретации) круга явлений путем отсылки к правилам (или же схемам, структурам, сценариям, рамкам, сравнениям, метафорам, аллегориям и т. п.), которые, так или иначе, вмещают обобщенное значение» [1, с. 543]. Изучение экономической картины мира как модели основано на постулате лингвистической теории о языке как структуре, при этом современная когнитивная лингвистика рассматривает микро- и макроконтэксты, дискурсивные фрагменты, позволяющие судить о компонентах такой картины мира [7]. Одним из наиболее эффективных направлений является изучение лексико-семантических доминант экономического дискурса сквозь призму их

принадлежности к профессиональной лексике, а также рассмотрение тех способов, к которым прибегает адресант для ее истолкования.

Образ, разворачиваемый в конкретном медиатексте, имеет в своей основе авторскую концепцию мира. Концептуальная и языковая картины мира являются в этом ракурсе уровнями внутренней и внешней семантики, способствующими транслированию смысла конкретного сообщения в медиапространстве. Термины, являющиеся основой любого профессионального дискурса, образуют терминологическую систему, которая включает определенные полевые структуры. Основные информационные характеристики экономических терминов способствуют реализации коммуникативной цели адресанта, осуществляя избирательную направленность конкретных медиатекстов: они могут быть адресованы как специалистам, так и широкой аудитории.

Современная лингвистика изучает реальный потенциал и особенности функционирования языка в профессиональном сознании, что оказывается закономерным в условиях реализации деятельностного подхода к языку. В таком ракурсе язык предстает как когнитивный и психический феномен, а его лексическая система рассматривается в виде групп лексики разного типа и объема, взаимодействующих друг с другом и структурирующих когнитивные поля. Экономическая терминология также представляет собой особую структуру, для которой свойственны интегральные признаки в ее ядре и дифференциальные признаки – на периферии [12]. Разумеется, эта структура включает разноуровневые языковые средства предикатной и актантной семантики (существительные, глаголы, прилагательные, наречия, обозначающие разные ситуации, а также такие лексические единицы, которые способны выразить актанты этих ситуаций) [9].

Лингвистические особенности экономического дискурса включают особый подбор языковых средств и грамматических форм, частотное употребление экономической лексики, специальной терминологии. Экономический дискурс в медиапространстве характеризуется широкой комбинаторикой лексики различной функционально-стилевой принадлежности, отсутствием единой структуры текстов. Лексико-семантические доминанты экономического дискурса направлены на достижение коммуникативного эффекта: не только донести информацию, но и убедить адресата в правильности суждений адресанта. Значимое место в организации экономического дискурса занимает его синтаксическая структура, направленная на то, чтобы наиболее точно выразить содержание конкретного события, передать точку зрения адресанта.

На наш взгляд, лексико-семантической доминантой экономического дискурса следует признать научную терминологию, которая имеет системный характер. Термины и терминологические сочетания представляют собой конститuent экономического дискурса как дискурса профессионального и институционального. Как и многие другие терминосистемы, научная терминология экономической науки использует механизмы реноминации и метафоризации с тем, чтобы расширить возможности применения терминов, не прибегая к простому увеличению объема терминологического тезауруса. Тем не менее, удельный вес специальной терминологии в текстах экономического дискурса, адресованных как собственно специалистам, так и тем, кто интересуется экономическими процессами, достаточно высок. Однако термин может либо самостоятельно функционировать в контексте, либо сопровождаться дополнительным толкованием, внутритекстовой интерпретацией. Таким образом, критерий различения текстов экономического дискурса, адресованных специалистам и неспециалистам, весьма прост – это критерий наличия / отсутствия истолкования конкретного термина либо экономической ситуации, описываемой с помощью научной терминологии. Так, для популярного экономического дискурса, имеющего широкие целевые группы, характерно прямое истолкование термина в тексте либо, что чаще, неявное объяснение, следующее из окружающего контекста. Такой способ воздействия на целевую группу применяется адресантом с тем, чтобы создать у читателя иллюзию простоты понимания экономических теорий, не подвергая сомнению уровень образования своего адресата. Для экономических медиатекстов, адресованных специалистам, характерны, по большей части, употребление терминов без их дефиниций в микро- и макроконтекстах, а также информационная насыщенность экономического дискурса.

Насыщенность терминологией практически без дополнительных интерпретаций терминов в

контексте свойственна изданиям, в которых разделы, посвященные экономике, в том числе и мировой, направлены на узкую профессиональную аудиторию. Таковы журнал «Эксперт», газета «Ведомости», журнал «Экономика и жизнь», «Российская газета». Отметим в этой связи, что это вовсе не означает, что разделы «Экономика» в таких изданиях представляют собой исключительно «чистую науку» и никак не реагируют на потребности неспециалиста. Все издания, медиатексты которых были подвергнуты анализу, отражают экономическую реальность, что не может не быть интересно читателю, не обладающему специальными знаниями. Значит, такая информационная насыщенность, а также значительное количество терминов призваны расширять аудиторию таких изданий.

Так, например, в следующем контексте адресат употребляет термины и терминологические сочетания *поставки, биржевые цены, маржинальность, маржа, розничные цены, опт* (в контексте выделены курсивом): «На фоне повышенных требований по *поставкам* на *внутренний рынок* в плюсе оказались заправки: если в среднем по итогам 2018 года с каждого проданного литра АЗС получали около полурубля прибыли, то к концу февраля этого года - уже около пяти рублей. С конца апреля, когда начался сезонный подъем *биржевых цен, маржинальность* АЗС резко сократилась до уровня начала декабря прошлого года, следует из материалов биржи СПБМТСБ к заседанию Биржевого комитета ФАС, состоявшегося 22 мая. Чистая *маржа* реализации бензина на нефтебазах и АЗС к 20 мая, по подсчетам "Петромаркета", составила 80 копеек на литр для Аи-92 и 2,6 рубля на литр для Аи-95. Это минимально допустимый уровень для нормального развития бизнеса. Пока *розничные цены* на подъем в *опте* не отреагировали» [3]. Отметим в этой связи, что в контексте встречаются термины, которым свойственна разная степень употребления в лексиконе образованного адресата: так, *розничные цены, опт, биржевые цены, поставки* известны широким слоям общества, в то время как *маржа, маржинальность* – термины, требующие дополнительного истолкования для неспециалиста в экономической области. Маржа – «1) разница между указываемой в биржевом бюллетене ценой продажи и покупки биржевого товара, от уровня которой зависит прибыль, получаемая фирмами, покупающими и продающими эти товары; 2) в более широком смысле в банковской, биржевой, торговой, страховой практике под маржой понимают разницу между процентными ставками, курсами ценных бумаг, ценами товаров и другими аналогичными, однородными показателями, имеющую место в одно и то же время в разных условиях продажи, покупки, кредитования. По смыслу ближе к слову "маржа" стоят "разница", "прибыль"» [13]. Далеко не все словари экономических терминов приводят максимальное количество терминов, описывающих сам процесс приращения прибыли. Так, в «Словаре-справочнике экономических и юридических терминов» В.А. Чевычелова находим следующее определение «Маржинальная прибыль (МП) — разность между объемом продаж и переменными затратами на производство товара или услуги; также называется маржинальным доходом. Представляет собой сумму денежных средств, необходимых для покрытия постоянных затрат и образования прибыли» [14, с. 161]. Термин *маржинальность* в соответствии с вышеприведенными дефинициями и грамматическим значением суффикса -ность возможно интерпретировать как процесс возникновения, создания маржи, совокупность условий, способствующих этому. Адресант данного медиатекста употребляет словосочетание *чистая маржа*, создающее ассоциацию со словосочетанием *чистая прибыль*, которое отчасти способно устранить информационную лакуну и помочь корректно интерпретировать весь контекст. Также необходимо подчеркнуть, что адресант применяет здесь метафорическое сочетание *подъем в опте*, которое однозначно истолковывается в микроконтексте как 'рост оптовых цен' благодаря контактному расположению со терминологическим словосочетанием *оптовые цены*.

В следующем примере находим не только объяснение самих процессов, происходящих в современной российской и мировой экономике (выделено курсивом): «Кривые *дефлятора и инфляции* сохраняют параллельные позиции третий месяц подряд. При этом дефлятор показывает более низкие значения. А если дефлятор ниже инфляции, это может говорить о том, что россияне усиленно экономят, покупая привычные товары по более низкой цене, передает РИА Новости. Если смотреть на показатели за период в десять месяцев, то окажется, что с января по октябрь накопленное значение дефлятора составило 2,3 процента, инфляции - 1,9 процента» [5], но и представление последствий конкретных экономических процессов: «А если *дефлятор ниже инфляции*, это может говорить о том, что россияне усиленно экономят, покупая привычные товары по более низкой цене».

Также экономическая терминология представлена в следующем контексте (выделено курсивом): «Банк России, как и ожидали аналитики, не стал менять *ключевую ставку*, сохранив ее на уровне 7,75 процента годовых. При этом регулятор смягчил риторику в релизе по итогам заседания совета директоров, понизив *прогноз по инфляции* и допустив *снижение ключевой ставки* в 2019 году» [10]. Адресант, учитывая высокую частотность употребления термина *ключевая ставка*, не объясняет посредством окружающего контекста значение данного экономического термина, однако необходимо отметить особую важность определения этого терминологического сочетания в условиях рыночной экономики, ведь ключевая ставка оказывает влияние на политику всех российских банков. Поскольку ключевая ставка – довольно новый феномен в российской экономике (с 2013 года), словари экономических и банковских терминов не имеют отдельных словарных статей, которые бы содержали единую дефиницию. Приведем здесь определение, которое представляется уместным и объясняет сущность явления: «Это процент, под который Центральный банк России выдает кредиты коммерческим банкам. Вместе с тем это максимальная ставка, по которой он принимает у банков денежные средства на депозиты. Ключевую ставку на регулярных заседаниях устанавливает совет директоров ЦБ. И к ней привязаны остальные ставки по операциям регулятора. Он меняет ставку в зависимости от экономической ситуации в стране. А вот она уже в свою очередь влияет на инфляцию, курс рубля и, конечно, все банковские продукты» [4].

Термины и терминологические сочетания содержатся и в следующем примере (выделено курсивом): «Ключевым фактором риска для *монетарной политики* сейчас остается возможное ужесточение санкций США против России (в моменте это может вызвать усиление *спекулятивного оттока капитала* и подстегнуть *ослабление рубля*), считают аналитики Райффайзенбанка. При этом инфляция может вообще проигнорировать факт введения санкций из-за низкого эффекта переноса курса рубля, а также из-за слабого потребительского спроса. Но, как показывает практика, ЦБ в подобные моменты, в первую очередь, пытается бороться с рисками финансовой стабильности – *волатильностью* на финансовых рынках и оттоком капитала. Возможно, именно по этой причине представители ЦБ ранее допускали сомнения о том, что прошлогодних повышений ставки может быть недостаточно, не исключают аналитики Райффайзенбанка» [10]. Важным термином, активно используемым в условиях рыночной экономики, является, например, *волатильность* – «(от англ. *volatile* – изменчивый, непостоянный) – неустойчивость, нестабильность, высокая степень изменчивости рыночной конъюнктуры, спроса, цен. Волатильность курса – непостоянство, изменчивость курса на бирже за конкретный рассматриваемый период, историческая волатильность – изменчивость в предыдущий период; изменчивость курса опционов и премий опционов, в том числе из-за политических, погодных и других неожиданных условий» [13]. На наш взгляд, данный пример примечателен также тем, что при явной адресованности медиатекста специалистам в нем присутствует и попытка объяснения экономических процессов адресату, только интересующемуся их характером, но не связанным по роду деятельности с какой-либо банковской деятельностью в целом.

Экономический медиадискурс обнаруживает весьма устойчивую тенденцию к продуцированию текстов, в которых присутствует как стремление к использованию специальной экономической терминологии, так и к употреблению лексики различной функциональной принадлежности. Это происходит по нескольким причинам, среди которых приоритетными нам представляются следующие:

- адресант не всегда четко представляет себе предполагаемую целевую группу медиатекста, уровень ее образования и горизонты ожиданий по отношению к медиапространству экономического дискурса;
- границы жанров в координатах медиапространства зачастую прозрачны, лабильны, неопределенны;
- объективно присутствующая ситуация в сфере экономики не может быть однозначно истолкована на момент продуцирования медиатекста или вообще в условиях современной экономики.

Отмеченные нами случаи употребления экономических терминов в контекстах, направленных на широкого адресата, заслуживают особого внимания ввиду значительного коммуникативно-прагматического потенциала и реализации комплекса функций экономического медиатекста

– не только информативной и идеологической, как в профессиональном экономическом дискурсе, но и развлекательной, образовательной и рекламной.

Таким образом, лексико-семантической доминантой экономического дискурса в медиапространстве следует считать термины, их истолкования в контекстах. Медiateксты, объединенные экономической тематикой, особым образом воздействуют как на эмоциональную сферу адресата, так и на формирование его мировоззренческих позиций, идеологии и, как следствие, концептуальной и языковой картин мира языковой личности, в том числе и коллективной.

Список литературы:

1. Аругтюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 896 с
2. Верхотуров А.В. Эпистемологические основания теории значения в семантических концепциях когнитивизма и аналитической философии [Электронный ресурс]: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Томск, 2006. – Режим доступа: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000211309/000211309.pdf> (дата обращения: 10.10.2019).
3. Воздвиженская А. Бак наполовину полон. Или пуст: компаниям вновь велели нарастить поставки топлива для сдерживания цен [Электронный ресурс] // Российская газета. – 23.05.2019. – Режим доступа: <https://rg.ru/2019/05/24/kompaniiam-vnov-veleli-narastit-postavki-topliva-dlia-sderzhivaniia-cen.html> (дата обращения: 10.10.2019).
4. Главная цифра в экономике. Что нужно знать о ключевой ставке Центробанка (14.12.2018) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/5906025> (дата обращения: 11.10.2019).
5. Гусенко М. Специалисты сравнили личную инфляцию россиян и официальную [Электронный ресурс] // Российская газета. – 22.11.2017. – Режим доступа: <https://rg.ru/2017/11/22/specialisty-sravnili-lichnuiu-infliaciiu-rossiian-i-oficialnuiu.html> (дата обращения: 12.10.2019).
6. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
7. Залевская А.А. Информационный тезаурус человека как база речемыслительной деятельности // Исследование речевого мышления в психолингвистике. – М., 1985. – С. 150-171.
8. Климин А.А. Актуализация основных экономических концептов в английском языке // Преподаватель XXI век. – 2012. – № 1, ч. 2. – С. 348-352.
9. Колесникова К.А. Функционально-семантические особенности вербальных репрезентантов базовых понятий кредитно-финансовой сферы в современном английском языке: («cash», «investment», «credit», «finance»): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Белгород, 2012. – 21 с.
10. Маркелов Р. Банк России сохранил ключевую ставку в 7,75% [Электронный ресурс] // Российская газета. – 22.03.2019. – Режим доступа: <https://rg.ru/2019/03/22/bank-rossii-sohranil-kliuchevuiu-stavku-v-775.html> (дата обращения: 12.10.2019).
11. Мельников Г.П. Язык как система и языковые универсалии // Языковые универсалии и лингвистическая типология. – М.: Наука, 1969. – С. 34-45.
12. Петушинская Е.Г. Язык популярного экономического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2008. – 25 с.
13. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь [Электронный ресурс]. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 512 с. – Режим

доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_67315/ (СЭС) (дата обращения: 13.10.2019).

14. Чевычелов В.А. Словарь-справочник экономических и юридических терминов. – М.: Российский государственный университет правосудия, 2015. – 387 с.

15. Чернявская В.Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса. – М.: Флинта: Наука, 2013. – 208 с.

16. Fairclough N. Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language [Electronic resource]. – L.: Longman, 2012. – Access mode: http://www.academia.edu/3791325/Critical_discourse_analysis_2012 (дата обращения: 13.10.2019).