

Ю.В. Лебедева

**ВОЕННАЯ ЛЕКСИКА В ИСПАНСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ
ДИСКУРСЕ. ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
(НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ СМИ)**

Аннотация. Рассматриваются интернет-тексты экономической тематики для выявления в них военных лексем и определения их прагматических свойств. Предмет исследования – военные лексем. В ходе исследования феномена заимствования военной лексики из военных текстов в экономический дискурс были выделены тематические группы. На практических примерах раскрывается лингвопрагматический аспект военной лексики в испанском экономическом дискурсе.

Ключевые слова: экономический дискурс, военная лексика, средства массовой информации (СМИ), лингвопрагматика, милитаризация.

Yu.V. Lebedeva

**MILITARY LEXIS IN SPANISH ECONOMIC DISCOURSE.
LINGUOPRAGMATIC ASPECT (ON THE MATERIAL OF MEDIA TEXTS)**

Abstract. The article dwells on the text, which is studied through the discourse, in our case – economic discourse. The object of the analysis is the Internet texts of economic topics in order to identify military lexemes and determine their pragmatic properties. The linguopragmatic aspect of military lexis is revealed on the example of economic texts in the Spanish media.

Keywords: economic discourse, military lexis, mass media, linguopragmatic, militarization.

Язык отражает социальное развитие народа и государства. Он фиксирует все поворотные моменты в жизни общества. Эпоха глобализации характеризуется значительными изменениями, которые коснулись не только общественного развития, но и языка, особенно его лексико-семантического уровня. Язык СМИ является вербальным отражением социальных, политических, экономических изменений в жизни людей. Динамичный по своей природе, язык средств массовой информации мгновенно реагирует на все изменения в обществе, отражая состояние массового сознания и влияя на его формирование.

Частотность появления публикаций военной тематики в СМИ обусловлена тем, что конец прошлого столетия – начало но-

вого столетия характеризуются наличием локальных и глобальных военных конфликтов. Военная лексика все чаще проникает во все виды дискурса – политический, экономический, медицинский, спортивный, рекламный и так далее.

Экономический дискурс служит объектом многочисленных исследований в связи с актуальностью вопросов, обсуждаемых на международной экономической арене: глобализация экономики, вхождение России в мировое экономическое пространство, помощь слаборазвитым странам и так далее. Актуальность исследования обусловлена повышенным вниманием общества к статусу экономики и ее роли на мировой арене, политико-экономическим проблемам различных стран.

Военная лексика в испанском экономическом дискурсе.
Лингвопрагматический аспект (на материале текстов СМИ)

Лебедева Юлия Викторовна

адъюнкт кафедры романских языков, факультет иностранных языков, Военный университет им. князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации, Москва. Сфера научных интересов: филология. Автор 2 опубликованных научных работ.

Электронный адрес: mrs.juliaswan@mail.ru

Понятие экономического дискурса появилось в российской науке относительно недавно в рамках развития методов дискурс-анализа в применении к тематической речи [7]. Исследованиями экономического дискурса занимались российские ученые: К.В. Томашевская (2000), М.Ю. Махницкая (2007, 2012), Е.А. Шереметьева (2009), Е.Г. Петушинская (2008), Е.В. Колотнина (2001), Е.Ю. Воякина (2011), В.А. Ермакова (2017), Е.Д. Степанова (2006), а также зарубежные ученые: Т.В. Солодовникова (2016), Е. Лут (2006), М. Ликунь (2008), Р. Newmark (2008), В. Otto (1981), В. Gokay (2009) и др.

В научной литературе экономический дискурс рассматривается как процесс создания текстов с учетом социокультурных, психологических и прагматических факторов. Это также целенаправленное социальное действие, направленное на взаимодействие людей и когнитивные механизмы их сознания [2]. Кроме того, он определяется как совокупность речевых актов в сфере экономики в виде устных и письменных текстов, отражающих реалии экономического мира [3]. Реализация экономического дискурса состоит в репрезентации коммуникативных событий через средства массовой информации различных видов экономики: маркетинг, инвестиции, производство, менеджмент, капитала, рынок труда, кампания, финансы и др.

Лингвисты подходят к определению понятия «экономический дискурс» с различных точек зрения. Согласно системе

В.И. Карасика, где дискурсы делятся на персональный (лично ориентированный) и институциональный (отраслевой), экономический дискурс можно отнести к институциональному виду дискурса, представляющему систему текстов, которые появляются под воздействием разных условий (экстралингвистических, прагматических, социокультурных и др.) и связаны одной темой [4]. Н.Д. Арутюнова считает, что экономический дискурс представляется как коммуникативное явление, как интегративная совокупность отдельных коммуникативных действий в области экономики. Вербальным результатом такого рода дискурсивной работы считаются экономические тексты [1].

Экономический дискурс является отдельным видом институционального дискурса. В то же время существуют подвиды экономического дискурса, созданные его контаминацией другими видами дискурсов. Например, экономический дискурс прессы, или медийный экономический дискурс, который является сочетанием экономического и медийного дискурсов, адресатом которого является массовая аудитория, а каналом коммуникации – средства массовой информации. СМИ сообщают о фактах и событиях в мире экономики, освещают глобальные процессы в мировой экономике и формируют ценностное отношение к ним, способствуют определенной оценке этих событий и процессов социумом как адресатом. Российская исследовательница

А. Петушинская рассматривает контаминацию медийного и экономического дискурсов как популярный экономический дискурс, созданный средствами массовой информации, коммуникативной задачей которого следует признать необходимость не только довести информацию до адресата, но и повлиять на его мнение и принудить к определенным действиям [9]. Е.И. Калмыкова считает, что экономический дискурс правомерно рассматривать как речь, погруженную в профессиональное экономическое общение, целью которого является передача информации с использованием средств выражения, регламентирующихся тематическим содержанием и целенаправлением автора [5].

Экономический дискурс широко представлен в СМИ в информационном и аналитическом жанрах в виде обзоров, аналитических статей, а также в специализированных изданиях (например, годовых финансовых отчетах, экономических программах отдельных учреждений, фондов, компаний) [8].

Использование военной лексики в экономическом дискурсе определяет ее значимость, так как экономическая сфера играет существенную роль в жизнедеятельности людей, что вызывает интерес современных ученых.

Поскольку экономические тексты должны выполнять множество функций (информативную, развлекательную, образовательную, идеологическую и так далее), они должны быть полными, интересными и актуальными для аудитории. Этому может способствовать использование метафор. Они помогают сделать экономический дискурс убедительным, оценочным, выразительным и образным. Кроме того, метафоры косвенно отражают ситуацию или явление и дают им определенную оценку; благодаря этому метафора оказывает эмоциональное воздействие на адресанта.

Цель данной работы состоит в попытке провести анализ применения военной лексики в медийных текстах экономического дискурса. Объектом нашего исследования являются тексты экономической сферы, предметом – военные лексемы. Материалом для данного исследования послужили медиатексты (более 130) из экономической рубрики онлайн-версий газет и журналов: «El País», «El Mundo», «El economista», «Expansión» за 2018–2021 годы.

В ходе исследования текстов периодических изданий экономической направленности мы обратили внимание на наиболее употребляемые лексические единицы: guerra (война), ataque (атака), adversario-enemigo (противник), arma (оружие), lucha (борьба), combate (битва) и др. Нами было установлено, что при описании экономических событий данные лексемы были использованы для передачи эмоционально-оценочного окраса. Проникая в массмедийную среду, военная лексема приобретает иную семантику с положительной или отрицательной коннотацией. Метафорические выражения из военных терминов также широко используются в экономическом дискурсе [7].

Важной особенностью военной лексики, используемой в прессе экономического дискурса, является процесс метафоризации, основной функцией которой является не только перенос смысла, но и характеристика и эмоционально-экспрессивная оценочность. Переносное значение слов необходимо для того, чтобы «оживить» язык средств массовой информации, придать ему выразительность, образность и так далее, и это гармонично сочетается с функцией социальной оценки [6]. Кроме того, выразительность, приобретаемая военной лексемой, служит средством привлечения читательской и зрительской аудитории.

В ходе исследования феномена заимствования военной лексики из военных текстов

Военная лексика в испанском экономическом дискурсе.
Лингвопрагматический аспект (на материале текстов СМИ)

в экономический дискурс нами были выделены следующие тематические группы:

1. *Война и ее виды.*

Феномен войны как социального и общественно-экономического явления представляет собой фрагмент языковой картины мира.

La guerra del gas entre Rusia y Ucrania provoca escasez en 16 países europeos. – Газовая война между Россией и Украиной вызывает дефицит в 16 странах Европы [9].

El rumor en la guerra ayuda a minar la moral del adversario. Es “una práctica relativamente normal” en la guerra empresarial. – Слухи в войне помогают морально дестабилизировать противника. Это обычная практика в предпринимательской войне [10].

La guerra de precios es una realidad y durará todo 2021. – Ценовая война – это реальность, которая продлится в течение всего 2021 года [11].

Лексема «война» в данном случае используется с целью демонстрации жесткой конкуренции в условиях экономических кризисов.

2. *Вооружение.*

Как известно, военная лексика используется в публикациях, рассказывающих не только о войне и военных действиях, но и о происшествиях в условиях мирного существования, которые связаны с применением оружия.

Armas para combatir la crisis económica? – Оружие для борьбы с экономическим кризисом? [12]

В данном примере заголовок дает читателю информационную и психологическую установку на борьбу с кризисом. Лексема «оружие» указывает на агрессивный характер действий.

Los bancos han sacado la artillería pesada en una oleada de estímulos monetarios sin precedents. – Банки открыли тяжелую артиллерию на беспрецедентной волне денежного стимулирования [13].

Автор использовал данную лексему для демонстрации противостояния банков. Противостояние кажется настолько сильным, что его можно сравнить с военным.

3. *Действия на поле боя.*

Han estado en la primera línea de combate, primero con inyecciones masivas de liquidez con la que evitar el colapso del mercado financiero ante el pánico generalizado, y luego con programas multimillonarios de compra de activos, a un nivel sin precedents. – Они были на передовой сначала с массивными вливаниями ликвидности, чтобы избежать обвала финансового рынка перед лицом повсеместной паники, а затем с программами покупки активов на беспрецедентный уровень на несколько миллионов долларов [14].

В данном примере меры, которые предпринимают банки для борьбы с экономическим кризисом, автор сравнивает с боевыми действиями. Пандемия атаковала экономику, весь удар приняли на себя банки, чтобы стабилизировать финансовую составляющую страны.

La crisis económica mundial sigue socavando el progreso de muchos países hacia el logro de los ODM. – Глобальный экономический кризис продолжает подрывать прогресс многих стран в достижении ЦРТ [15].

La crisis económica que socavó al Estado benefactor en Canadá. – Экономический кризис, подорвавший государство всеобщего благосостояния в Канаде [21].

Кризис как главный враг экономики наносит удар по финансовому состоянию страны. Лексема «socavar» использована автором для оценки сложившейся вражеской ситуации в стране.

4. *Союзники.*

Los proveedores pueden convertirse en aliados claves en momentos difíciles o de crecimiento. – Поставщики могут стать ключевыми союзниками в тяжелые времена или времена экономического роста [16].

«Los bancos pueden convertirse en verdaderos aliados financieros». – Банки могут стать истинными финансовыми союзниками [16].

Чтобы выжить в условиях кризиса, предпринимателям необходимо взаимодействовать с другими участниками финансовой системы. В условиях борьбы, несомненно, необходимы союзники для противостояния общему врагу. В данном случае врагом является кризис.

Medios de comunicación e Internet – Los aliados de la economía social? – СМИ и Интернет – союзники социальной экономики? [20]

В своем заголовке автор обращает внимание аудитории на то, кем на самом деле являются СМИ и Интернет: реальными союзниками или врагами в социальной экономике Испании.

5. Жертвы военных действий.

La Bolsa señala a AIG como la próxima víctima de la crisis crediticia. – Фондовый рынок назвал AIG следующей жертвой кредитного кризиса [22].

Las madres son las principales víctimas económicas de la pandemia. – Матери – главные жертвы экономического кризиса из-за пандемии [19].

Жертвами экономической войны могут стать человек, банк, рынок и так далее. Лексема «víctima» применена автором, чтобы привлечь внимание аудитории к социально-экономической проблеме.

6. Оборонительные действия.

Gobierno venezolano adopta acciones para proteger la moneda nacional. – Венесуэльцы

принимают меры для защиты национальной валюты [23].

La plaga de langostas: luchar contra una crisis dentro de una crisis. – Саранча: бой с кризисом в условиях кризиса [17].

Países emergentes luchan contra devaluación. – Развивающиеся страны борются с девальвацией [18].

В приведенных примерах лексемы «luchar», «proteger» употреблены для привлечения внимания читателя к проблеме финансового кризиса в условиях нестабильной экономики. Борьба с кризисом отождествляется с борьбой с врагом, который дестабилизирует экономический потенциал страны.

Проанализировав тексты таким образом, можно заметить, что пресса, освещающая политико-экономические события, использует военную лексику как средство речевой выразительности, реализующие особую оценочную газетную экспрессивность. Они призваны формировать общественное мнение, давать негативную или положительную оценку происходящему.

С другой стороны, мы предполагаем, что с помощью военной лексики через СМИ осуществляется милитаризация сознания, тем самым происходит когнитивное воздействие на общественное мнение.

Средства массовой информации являются очень мощным инструментом воздействия, так как существует прямая связь между освещением того или иного события и восприятием его аудиторией.

Литература

1. Арутюнова Н.Д. Стратегия и тактика речевого поведения // Прагматические аспекты изучения предложения и текста. Киев, 1983. С. 6–10.
2. Воякина Е.Ю. Ономастическая метафора в экономическом дискурсе. Тамбов, 2014.
3. Евтушина Т.А., Ковальская Н.А. Экономический дискурс как объект лингвистического исследования // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 6. С. 42–44.

Военная лексика в испанском экономическом дискурсе.
Лингвопрагматический аспект (на материале текстов СМИ)

4. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград: Перемена, 2000. С. 29–35.
5. Калмыкова Е.И. Экономический дискурс в немецких СМИ: социальные приоритеты // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2015. № 6(717). С. 259–266.
6. Солганик Г.Я. Газетная лексика (функциональный аспект). М.: Высшая школа, 1981. С. 73–74.
7. Томашевская К.В. Экономический дискурс современника в его лексическом представлении: дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 2000.
8. Шереметьева А.А. Основные характеристики экономического дискурса (на материале немецкого языка): дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2009.
9. La guerra del gas entre Rusia y Ucrania provoca escasez en 16 países europeos. URL: https://elpais.com/diario/2009/01/07/internacional/1231282806_850215.html
10. Guerra de rumores en Andorra. URL: <https://www.elmundo.es/economia/2015/03/19/550aae0ee2704e38688b4572.html>
11. Gullón: “La guerra de precios es una realidad y durará todo 2021”. URL: <https://www.expansion.com/empresas/distribucion/2021/07/01/60de0d14468aeb500e8b45b9.html>
12. Es el déficit público la mejor arma para combatir la crisis? URL: <https://www.expansion.com/2009/02/25/economia-politica/1235566096.html>
13. Qué han hecho los bancos centrales para combatir la crisis? URL: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/07/17/mercados/1594998920_612043.html
14. Que es la economía de Guerra. URL: <https://blog.caixabank.es/blogcaixabank/2019/02/que-es-la-economia-de-guerra.html>
15. United Nations Development Programme. URL: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/publications/ES_f_UNDP_MDGs-to-SDGs_web.pdf <https://core.ac.uk/download/pdf/286780627.pdf>
16. Los aliados financieros de tu negocio. URL: <https://destinonegocio.com/pe/economia-pe/los-aliados-financieros-de-tu-negocio>
17. La plaga de langostas: luchar contra una crisis dentro de una crisis. URL: <https://blogs.worldbank.org/es/voces/la-plaga-de-langostas-luchar-contra-una-crisis-dentro-de-una-crisis>
18. Países emergentes luchan contra devaluación. URL: <https://www.dw.com/es/países-emergentes-luchan-contra-devaluación/av-17044846>
19. Las madres son las principales víctimas económicas de la pandemia. URL: <https://www.rfi.fr/es/economia/20210501-las-madres-son-las-principales-v%C3%ADctimas-econ%C3%B3micas-de-la-pandemia>
20. Medios de comunicación e Internet. URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7672529>
21. La crisis económica que socavó al Estado benefactor en Canadá. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/286780627.pdf>
22. La Bolsa señala a AIG como la próxima víctima de la crisis crediticia. URL: https://elpais.com/diario/2008/09/16/economia/1221516009_850215.html
23. Gob. venezolano adopta acciones para proteger la moneda nacional. URL: https://www.youtube.com/watch?v=NOO8wGBzXts&ab_channel=teleSURtv

References

1. Arutyunova N.D. (1983) Strategiya i taktika rechevogo povedeniya [Strategy and tactics of speech behavior]. *Pragmatic aspects of sentence and text study*. Kiev. Pp. 6–10. (In Russian).
2. Voyakina E.Y. (2014) *Onomasticheskaya metafora v ekonomicheskom diskurse* [Onomastic metaphor in economic discourse]. Tambov. (In Russian).

3. Evtushina T.A., Koval'skaya N.A. (2014) E`konomicheskij diskurs kak ob`ekt lingvisticheskogo issledovaniya [Economic discourse as an object of linguistic research]. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. No. 6. Pp. 42–44. (In Russian).
4. Karasik V.I. (2000) O tipah diskursa [About the types of discourse]. *Linguistic personality: institutional and personal discourse*. Volgograd: Peremena. Pp. 29–35. (In Russian).
5. Kalmykova E.I. (2015) Ekonomicheskij diskurs v nemeckih SMI: social'nye priority [Economic discourse in the German media: social priorities]. *Bulletin of the Moscow State Linguistic University*. No. 6(717). Pp. 259–266. (In Russian).
6. Solganik G.Ya. (1981) *Gazetnaya leksika (funkcional'nyj aspekt)* [Newspaper vocabulary (functional aspect)]. Moscow: Higher School. Pp. 73–74. (In Russian).
7. Tomashevskaya K.V. (2000) *Ekonomicheskij diskurs sovremennika v ego leksicheskom predstavlenii* [The economic discourse of a contemporary in his lexical representation]. PhD thesis. St. Petersburg.
8. Sheremet'eva A.A. (2009) Osnovnye karakteristiki ekonomicheskogo diskursa (na materiale nemeckogo yazyka) [The main characteristics of economic discourse (based on the material of the German language)]. PhD thesis. Irkutsk.
9. La guerra del gas entre Rusia y Ucrania provoca escasez en 16 países europeos. URL: https://elpais.com/diario/2009/01/07/internacional/1231282806_850215.html
10. Guerra de rumores en Andorra. URL: <https://www.elmundo.es/economia/2015/03/19/550aae0ee2704e38688b4572.html>
11. Gullón: “La guerra de precios es una realidad y durará todo 2021”. URL: <https://www.expansion.com/empresas/distribucion/2021/07/01/60de0d14468aeb500e8b45b9.html>
12. Es el déficit público la mejor arma para combatir la crisis? URL: <https://www.expansion.com/2009/02/25/economia-politica/1235566096.html>
13. Qué han hecho los bancos centrales para combatir la crisis? URL: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/07/17/mercados/1594998920_612043.html
14. Que es la economía de Guerra. URL: <https://blog.caixabank.es/blogcaixabank/2019/02/que-es-la-economia-de-guerra.html>
15. United Nations Development Programme. URL: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/publications/ES_f_UNDP_MDGs-to-SDGs_web.pdf <https://core.ac.uk/download/pdf/286780627.pdf>
16. Los aliados financieros de tu negocio. URL: <https://destinonegocio.com/pe/economia-pe/los-aliados-financieros-de-tu-negocio>
17. La plaga de langostas: luchar contra una crisis dentro de una crisis. URL: <https://blogs.worldbank.org/es/voces/la-plaga-de-langostas-luchar-contr-a-una-crisis-dentro-de-una-crisis>
18. Países emergentes luchan contra devaluación. URL: <https://www.dw.com/es/países-emergentes-luchan-contr-a-devaluación/av-17044846>
19. Las madres son las principales víctimas económicas de la pandemia. URL: <https://www.rfi.fr/es/economia/20210501-las-madres-son-las-principales-v%C3%ADctimas-econ%C3%B3micas-de-la-pandemia>
20. Medios de comunicación e Internet. URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7672529>
21. La crisis económica que socavó al Estado benefactor en Canadá. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/286780627.pdf>
22. La Bolsa señala a AIG como la próxima víctima de la crisis crediticia. URL: https://elpais.com/diario/2008/09/16/economia/1221516009_850215.html
23. Gob. venezolano adopta acciones para proteger la moneda nacional. URL: https://www.youtube.com/watch?v=NOO8wGBzXts&ab_channel=teleSURtv