

УДК 811.161.3'42:33

ТЕРМИНОЛОГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА В ФУНКЦИОНАЛЬНОМ АСПЕКТЕ

Е. Е. Иванов

преподаватель кафедры социально-гуманитарных дисциплин
Могилевский институт МВД
аспирант кафедры теоретической и прикладной лингвистики
Минский государственный лингвистический университет

В статье рассмотрены основные функции экономического медийного дискурса, предложены принципы классификации терминов, классифицирована экономическая терминология белорусскоязычного дискурса газеты «Звязда» по степени ее образности и терминологизированности. Установлена взаимосвязь между выявленными категориями экономических терминов и функциями экономического медийного дискурса.

Ключевые слова: дискурс, экономический медийный дискурс, терминология, термин, информативная функция, образовательная функция, воздействующая функция.

Введение

Экономика – это одна из стремительно реагирующих на любые изменения сфер человеческой деятельности. Любые локальные, а тем более глобальные изменения, происходящие в экономике страны и политической ситуации в регионе, приводят к качественным и количественным изменениям в лексическом составе экономического дискурса. Терминология как ключевая составляющая экономического дискурса также подвержена влиянию внешних факторов, что подчеркивает актуальность данного исследования. Целью статьи является классификация экономических терминов, встречающихся в экономическом медийном дискурсе, и описание соотношенности выявленных категорий с основными функциями такого типа дискурса. Объектом исследования выступает экономический дискурс белорусскоязычной газеты «Звязда». Экономическая терминология, используемая в данном дискурсе, представляет предмет исследования. Материалом исследования послужили аналитические статьи, заметки и комментарии из раздела «*Эканоміка*» белорусскоязычной газеты «Звязда», опубликованные в электронной версии газеты за 2022 год. В материалах раздела «*Эканоміка*» освещается широкий спектр экономических тем, поскольку в него

включены: анализ экономических преобразований в стране, сообщения о результатах фундаментальных и прикладных экономических изменений, структурной перестройке промышленности, сельского хозяйства и сферы услуг, информация о развитии экономической и социальной сферы страны с учетом реакций на внешние и внутренние общественно-политические события. В процессе работы применялись общенаучные методы исследования – описательно-аналитический, метод системного описания – а также метод функционального дискурс-анализа.

Основная часть

В данной статье «дискурс» понимается в рамках когнитивного подхода вслед за дефиницией, предложенной Н. Д. Арутюновой: дискурс – «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное, социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах). Дискурс – это речь, «погруженная в жизнь» [1, с. 136–137]. Однако, учитывая цель статьи, видится необходимым дополнить такое понимание дискурса трактовкой, которую предлагает Ю. С. Степанов: «Дискурс – это “язык в языке”, но представленный в виде особой социальной данности. Дискурс реально существует не в виде своей грамматики и своего лексикона, как язык просто. Дискурс существует прежде всего и главным образом в текстах, но таких, за которыми встает особая грамматика, особый лексикон, особые правила словоупотребления и синтаксиса, особая семантика, – в конечном счете – особый мир» [2, с. 676].

Экономический дискурс рассматривается в статье как отдельный вид институционального дискурса. Такой системе координат соответствует предложенное Т. А. Евтушиной и

Н. А. Ковальской определение экономического дискурса как «совокупности речевых актов в сфере экономики, а также созданных профессионалами, неспециалистами и журналистами устных или письменных текстов, или их фрагментов, которые отображают реалии экономического мира» [3, с. 44].

Поскольку фактическим материалом исследования служат экономические тексты газеты «Звезда», очевидно, что в данном случае экономический дискурс пересекается с медийным. Приведем краткую характеристику текстов экономического медийного дискурса. Такие тексты обладают логичностью и стандартизованностью повествования, четким изложением фактов и событий, развернутой высказывания, официальностью, наличием большого количества терминов из экономической, общественно-политической и других терминологий [4, с. 21]. Всё это явные признаки научного стиля. Однако наравне с ними в текстах используются экспрессивные и эмоционально-оценочные приемы, которые реализуются посредством метафор, эпитетов, сравнений, использования клишированных выражений, жаргонизмов, языковой игры, фразеологии. С помощью эмоционально-оценочного компонента содержание таких текстов «легче усваивается и дольше хранится в памяти» [5, с. 391]. Считается, что еще одной важной характеристикой экономического медийного дискурса является образ автора или авторское «Я» [6]. Однако стоит отметить, что в составе фактического материала преобладают жанры заметки и комментария, которые в меньшей степени позволяют передать позицию автора. Таким образом, газетные тексты экономического дискурса, с одной стороны, обладают основными признаками специальных научных текстов, а с другой стороны – атрибутом публицистики. Соответственно, белорусскоязычный экономический дискурс газеты «Звезда» сочетает в себе черты двух функциональных стилей: научного и публицистического. Такой комбинированный (когнитивно-семиотический) подход к понятию экономического медийного дискурса позволяет сформировать целостное представление об объекте исследования.

Существуют различные подходы к определению функций экономического медийного дискурса. Рассматривая экономический дискурс, представленный в текстах газеты «Звезда» как разновидность медийного дискурса, в первую очередь нужно рассматривать

функции медиадискурса. Е. В. Сажина предлагает относить к главным функциям медиадискурса информационную и воздействующую. При этом автор отмечает, что «информационная функция в чистом виде встречается редко, поскольку любая информация, даже кажущаяся на первый взгляд максимально нейтральной, оказывает то или иное воздействие на адресата, поэтому воздействующая функция всегда в той или иной степени присутствует в медийном дискурсе» [7, с. 13]. Согласно мнению Т. Г. Добросклонской, выделяются такие функции экономического медийного дискурса, как информативная, развлекательная, образовательная, рекламная и идеологическая [8, с. 21]. Е. Г. Петушинская во многом принимает точку зрения Т. Г. Добросклонской и говорит об информативной, образовательной, рекламной и идеологической функциях экономического медийного дискурса [9, с. 8]. Однако лингвист не включает в перечень функций развлекательную, что видится закономерным решением, если жанровая принадлежность фактического материала исследования не предполагает реализацию такой функции. В своем исследовании мы возьмем за основу подход Е. Г. Петушинской, но вместо «рекламной функции» будем употреблять термин Е. В. Сажиной «воздействующая функция», поскольку он шире по значению и позволяет объединить разные типы воздействия. Информативная функция предполагает сообщение адресатам дискурса актуальной информации о положении дел в экономике, о значимых мировых либо национальных, региональных событиях в данной сфере. Образовательная функция позволяет распространить знания об экономике, пояснить значимость либо смысл событий, раскрыть значение узкоспециализированных понятий. Воздействующая функция с семантической точки зрения включает в себя рекламную функцию и в целом заключается в навязывании предложенной автором системы ценностей. Под идеологической функцией также подразумевается воздействие на читателя, но, в отличие от предыдущей функции, адресату предлагается воспринимать информацию согласно политическим координатам адресанта. На основании ранее определенных функций экономического медийного дискурса могут быть сформулированы его цели: информировать адресата дискурса о фактах и событиях в сфере мировой, государственной, региональной экономики; дать знания об экономике; призвать к совершению определенных дей-

ствий, сформировать у адресата картину мира, соответствующую идеологическим ценностям автора дискурса.

Независимо от сферы функционирования и пересечений с другими типами дискурсов ключевым компонентом экономического дискурса выступает терминология. Среди ученых-лингвистов до настоящего времени не существует согласованного мнения о единственно верном определении таких понятий, как «термин» и «терминология». Для снятия противоречий в данной статье термином будет считаться средство выражения понятия, которое является самостоятельной языковой единицей. Такое понимание термина согласуется с мнением Д. С. Лотте, М. Н. Володиной, В. М. Лейчика, С. Д. Шелова и находит отражение в их трудах. Под терминологией, в свою очередь, будет пониматься стихийно формирующаяся совокупность языковых единиц, в полной мере отражающая набор понятий из отдельно взятой предметной области. Понятие терминологии противопоставляется понятию терминосистемы, которое, по сути, есть упорядоченный, классифицированный и систематизированный набор терминов отдельной области знания. Такой подход отражен в работах В. М. Лейчика [10, с. 106–116] и Р. Ю. Кобриня [11, с. 3]. Важно отметить, что терминология представляет собой в языке частную и обособленную общность языковых знаков. Однако отдельные термины могут стать широко известными с содержательной точки зрения, и тогда само понятие, обозначаемое термином, становится компонентом общеупотребительной лексики, не переставая оставаться термином. Процесс «частичной» детерминологизации является универсальным и характерен для терминов из других областей знания. Данный процесс интенсифицирован в медийном дискурсе, поскольку характер и цели этого типа дискурса подразумевают «упрощение» текстов для простоты восприятия. Это может стать «проблемным местом» любого исследования, в котором терминология является предметом изучения. Е. Г. Петушинская предлагает следующее решение такой трудности: использовать наравне с понятием «экономический термин» условных понятий «экономическая лексика», «экономические слова», «слова или выражения с экономическим смыслом». Также автор предлагает классификацию таких лексических единиц на: «популярные» экономические термины; «популярные экономические термины, используемые в определенных

ситуациях повседневной жизни; специальные (профессиональные) экономические термины; специальные термины, созданные непосредственно для конкретного текста; клишированные выражения, в основе которых лежат стертые метафоры; экономический жаргон; аббревиатуры; фразеологические единицы с экономической коннотацией [9, с. 12]. Однако предложенная классификация, на наш взгляд, требует доработки, поскольку ей присущ ряд противоречий. Например, не ясен принцип дифференциации терминов на «популярные экономические термины» и «популярные экономические термины, используемые в определенных ситуациях повседневной жизни». Видится неправомерным выделение аббревиатур в отдельную категорию экономической лексики, поскольку аббревиатуры по классификации Б. Н. Головина являются видом терминов [12, с. 70].

На наш взгляд, классификацию «экономической лексики» можно представить следующим образом:

1. Общеупотребительные экономические термины. К данной категории будут относиться как общеупотребительные слова, получившие дополнительное терминологизированное значение, так и те узкоспециальные экономические термины, которые в процессе «детерминологизации» вошли в состав общеупотребительной лексики. Например: *рынок, гандаль, біржа, товари, прадуця, таргі, інвестиції, даход* и др.

2. Специальные (профессиональные) экономические термины. К данной категории относятся узкоспециальные термины, которые включены в специализированные словари. Например: *базавая стаўка, фіскальная палітыка, брокер, падатковы кодэкс, бюджэт пражытачнага мінімуму (БПМ)*.

3. Устойчивые слова и выражения, обладающие ярко выраженной экономической коннотацией. К данной категории предлагается относить авторские термины или окказионализмы, клишированные выражения на основе стертых метафор, экономические профессионализмы и жаргонизмы, фразеологические единицы с экономическим значением. Например: *аввал долара, умацаванне рубля, патэнцыйныя рынкі, кароткія грошы, «зялёныя», гульня ў аблігацыі, заробак у «канвертах», рух грашовых сродкаў, скок цэн, дэпазітнае рэчышча, хапун*.

Все перечисленные категории экономической терминологии используются для ре-

лизации рассмотренных выше функций экономического медийного дискурса. Однако при детальном анализе может быть установлена взаимосвязь между категорией терминов и превалирующей функцией дискурса, которую они реализуют.

Так, общеупотребительные экономические термины в равной степени выполняют информативную и образовательную функции экономического медийного дискурса. Например, в предложении *«Акрамя таго, за разлік карткай вяртаецца манібэк – гэта значыць невялікая сума ад пакупкі»* (Звезда 07.02.2022) использованы три общеупотребительных экономических термина «разлік», «картка», «пакупка» и один специальный «манібэк». Первые два термина выполняют только информативную функцию, а последний («пакупка») выполняет еще и образовательную функцию, поскольку поясняет значение специального термина «манібэк». Воздействующая (рекламная) и идеологическая функции дискурса реализуются с помощью общеупотребительных терминов скорее факультативно, поскольку не содержат в себе дополнительных коннотаций и образности. *«Адзначаная ў кастрычніку дэфляцыя на ўзроўні 1 % фіксуецца ўпершыню з 1991 года. Стабільная і кіруемая сітуацыя і на рынку працы»* (Звезда 30.11.2022). В приведенном отрывке общеупотребительные термины могут быть заменены на любые другие, а воздействующая и идеологическая функции по-прежнему будут реализованы.

Специальные экономические термины в первую очередь реализуют образовательную функцию и знакомят адресатов дискурса с более узкими понятиями экономической сферы. В предложении *«Са студзеня гэтага года выраслі мінімальная зароботная плата, намер базавай стаўкі (ад яе залежыць зарплата бюджэтныхікаў), а таксама базавая велічыня, якая ўплывае на некаторыя стыпендыі, дапамогі, падаткі, штрафы і іншыя выплаты, у прыватнасці дапамогу беспрацоўным»* (Звезда 10.01.2022) используются три узкоспециальных термина «мінімальная зароботная плата», «базавая стаўка», «базавая велічыня». Первый из них не требует пояснения, поскольку его значение легко угадывается читателем, а два других сопровождаются комментариями. В то же самое время для специалиста в области экономики специальные термины будут выполнять исключительно информативную функцию. Как и в случае с категорией общеупотребительных терминов, рекламная и иде-

ологическая функции реализуются редко из-за отсутствия у таких терминов образного компонента. Однако стоит отметить, что специальные термины могут использоваться в рамках данных функций для создания «эффекта сглаживания» негативных явлений, как, например, в предложении: *«Рэнтабельнасць упала ў разы, але ...»* (Звезда 24.02.2022).

Третья категория – устойчивые слова и выражения, обладающие ярко выраженной экономической коннотацией – выполняют в основном воздействующую (рекламную) и идеологическую функции, поскольку обладают не только «экономическим смыслом», но и высокой степенью образности. *«Цэннік таннай двухпакаёвай кватэры пачынаецца ў горадзе над Бугам з 120 долараў, а сярэдняя цана такога жэўльля роўная 150 «зялёных» у эквіваленце»* (Звезда 12.01.2022). *А, між іншым, менавіта ў верасні многія ўласнікі разлічвалі на максімальны «схапун»* (Звезда 26.10.2022). *Павышаная стаўка падаходнага падатку будзе прымяняцца ў дачыненні да заробку ў «канвертах», атрыманага фізічнымі асобамі з 1 студзеня 2022 года...»* (Звезда 04.01.2022). Информативная, как и образовательная, функции в данных примерах выполняются факультативно.

Заклученне

Белорусскоязычный экономический медийный дискурс представляет собой важный объект для лингвистических исследований, поскольку отражает и динамику развития терминологии белорусского языка, и тенденции в экономике белорусского государства. В результате исследования терминология белорусскоязычного экономического медийного дискурса была классифицирована по степени терминологизированности и наличию образного компонента. Была установлена взаимосвязь между выявленными категориями экономических терминов и функциями экономического медийного дискурса. Так, «общеупотребительные экономические термины» в большей степени выполняют информативную и образовательную функции экономического дискурса и лишь косвенно участвуют в реализации воздействующей и идеологической функций. Для массового читателя «специальные экономические термины» реализуют образовательную функцию, а для специалистов в области экономики – информативную. В рамках воздействующей и рекламной функций эта категория терминов может быть использована для

создания «эффекта сглаживания» негативной информации. А «устойчивые слова и выражения, обладающие ярко выраженной экономической коннотацией», являются основным инструментом реализации воздействующей и идеологической функций из-за присущей им высокой степени образности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Арутюнова, Н. Д.* Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М. : Сов. энци., 1990. – С. 136–137.
2. *Степанов Ю. С.* Язык и метод: к современной философии языка / Ю. С. Степанов – М. : Языки русской культуры, 1998. – 784 с.
3. *Евтушина, Т. А.* Экономический дискурс как объект лингвистического исследования / Т. А. Евтушина, Н. А. Ковальская // Вестник Челябинского государственного университета. Сер. Филология. Искусствоведение. – 2014. – № 6. – С. 42–46.
4. *Альгина, О. В.* Функционально-стилистические особенности английской газетной статьи в аспекте перевода : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / О. В. Альгина. – СПб., 2017. – 207 с.
5. *Почепцов, Г. Г.* Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефлбук, К. : Ваклер. – 2001. – 656 с.
6. *Солганик Г. Я.* О специфике газетно-публицистической метафоры // Г. Я. Солганик // Журналистика и культура русской речи. – 2002. – № 2. – С. 36–82.
7. *Сажина Е. В.* Медиадискурс в современной лингвистической парадигме : сравнительно-сопоставительный аспект / Е. В. Сажина [и др.] ; под общ. ред. Е. В. Сажиной ; Гомельский гос. ун-т им. Ф. Скорины. – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2021. – 165 с.
8. *Добросклонская Т. Г.* Вопросы изучения медиатекстов : опыт исследования современной

английской медиаречи / Т. Г. Добросклонская. – М. : УРСС Эдиториал, 2005. – 288 с.

9. *Петушинская, Е. Г.* Язык популярного экономического дискурса : на материале англоязычной публицистики : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Е. Г. Петушинская. – Коломна, 2008. – 212 с.

10. *Лейчик, В. М.* Терминоведение: предмет, методы, структура / В. М. Лейчик. – 4-е изд. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 256 с.

11. *Кобрин, Р. Ю.* О понятиях «терминология» и «терминологическая система» / Р. Ю. Кобрин // История отечественного терминоведения : в 3 т. / В. А. Татаринцов. – М. : Моск. Лицей, 2003. – Т. 3 : Аспекты и отрасли терминологических исследований (1973–1992). – С. 35–40.

12. *Головин, Б. Н.* Лингвистические основы учения о терминах : учеб. пособие для филол. спец. вузов / Б. Н. Головин, Р. Ю. Кобрин. – М. : Высшая школа, 1987. – 105 с.

Поступила в редакцию 5.10.2023 г.

Контакты: eugine91@list.ru (Иванов Евгений Евгеньевич).

Ivanov E. E. TERMINOLOGY IN ECONOMIC MEDIA DISCOURSE: FUNCTIONAL ASPECT

The article considers the main functions of economic media discourse, proposes the principles of terms classification, categorizes the terminology within the Belarusian economic media discourse of the newspaper "Zvyazda" according to the degree of its imagery and terminologization. The correlation between the detected categories of economic terms and the functions of economic media discourse has been established.

Keywords: discourse, economic media discourse, terminology, term, informative function, educational function, persuasive function.