

Секция «Журналистика»

Закономерности концептуализации экономических терминов в медийных текстах

Кольбух Олеся Николаевна

Аспирант

Киевский Национальный Университет имени Тараса Шевченко, Институт

журналистики, Киев, Украина

E-mail: Kolbuh@bigmir.net

Экономика, экономическая информация были связаны с прессой с момента возникновения последней. Этот факт можно детализировать, и каждый фрагмент достоин отдельного исследования. Мы же остановим внимание на закономерностях концептуализации терминов экономики в современных медийных текстах.

Актуальность данной темы обусловлена вовлеченностью практически каждого человека в экономические процессы, что находит своё ежедневное отражение в текстах СМИ. Обращение к экономической терминологии и анализ понятийного аппарата являются достаточно актуальными и непременно приведут к выявлению определённых поводов для их переосмысления.

Для изучения закономерностей концептуализации терминов экономики следует опереться на компоненты коммуникативной компетенции носителей языка, стилистическое решение авторов текстов, исторические, социально-политические и экономические события, нашедшие отражение в материалах масс-медиа.

Концепт как лингвокогнитивное явление трактуется как оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы я языка мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике. Концепты реализуются в процессе вербализации.

Опираясь на это, можно выделить следующие закономерности концептуализации. Концепты экономики рассматриваются как явление общее, наиболее абстрактное, развивавшееся в течение продолжительного периода времени. Так, относительно стойкое представление закрепилось за концептами *экономика, деньги, финансы, банк, тариф, бюджет, валюта, кредит, рынок*. В текстах СМИ они легко воспроизводимы, не требуют пояснений, способны к активной метафоризации, символичны и наиболее частотны в употреблении. Более того, микроконцепты, входящие в состав обозначенных макроконцептов, привносят стилистическое разнообразие и способны подчёркивать авторскую манеру изложения материала. Продуктивны термины-дубликаты: *гайдаризм – разрушение предыдущей экономической системы; кривая Лаффера – связь между налогообложением и поступлением в бюджет*. Часто в тексте для устранения тавтологии, придания ему научности или по другим причинам авторы употребляют термин на родном языке и интернациональный (иноязычный) аналог: *вознаграждение – диспач, поручка – бюргшафт, снижение – гивап, скидка – дисконт, торговец недвижимостью – риэлтер, торгово-финансовая обменная операция – своп*. В журналистских публикациях всё чаще можно встретить специфические экономические глаголы (*продуцировать, картелировать, синдиковать, авансировать, авизовать, балансировать, дотировать, патентировать, сертифицировать, фразтовать, корпоративизировать, офертировать*), они отличаются особой абстрагированностью и точностью значений.

Концепты экономики можно анализировать как «историческое понятие», толкование которых адаптировано одинаково удачно как по отношению ко времени возникновения концептуализированного понятия, так и в современном контексте. Изучая иерархические структурные связи в системе экономической терминологии, можно установить коннотативные связи не только внутри данной группы языковых единиц, но и на уровне лексической системы в целом. Здесь допустим момент оценочности, поскольку термины отражают наши познания действительности детально, дифференцированно. При этом специфическая экономическая оценочность терминов может формироваться на определённых этапах жизни общества или в определённых контекстах и нейтрализоваться в других условиях. Так, термины *перестройка*, *приватизация*, «*теневой*» *бизнес*, «*теневая*» *бухгалтерия*, *прожиточный минимум*, *рыночная экономика* и др. являются номинантами событий в жизни общества. Их оценочность обусловлена социальными отношениями в обществе, идеологическими установками и т.д. Некоторые из них по-разному осмысливаются отдельными социальными группами людей или индивидами, в результате чего возможна метафоризация в системе экономической терминологии и появление синонимичных разговорно-просторечных эквивалентов (*рабочий класс*, *батрак*, *стахановец*, *передовик*, *звеновой*, *совхоз*, *приватизация* – *приватизация*, *перестройка* – *перекройка*, *ваучеризация*, *экономическая интеграция*). Приведённые примеры свидетельствуют о раскрепощённости языка в данный период. Однако этот процесс нельзя считать положительным в том смысле, что большинство из этих слов являются стилистически сниженными и не способствуют формированию коммуникативной компетенции носителей языка. Кроме того, следует отметить процесс регенерации (ресемантизации) устаревших слов (*благотворительность*, *меценат*), а также снятие отрицательной оценки у отдельных слов (*конкуренция*, *рынок*).

Концепты экономики также формируются и как понятия, учитывающие специфику конкретной отрасли хозяйствования. Наиболее распространённым способом создания концепта в таком случае выступает стилистическое обыгрывание журналистами профессионализмов, номенклатуры, использование их в синонимических, антонимических формах. Например, понятие *бедность* украинские СМИ могут опубликовать, применив наиболее подходящее из ряда слов: *бднсть*, *убозтво*, *убогсть*, *нестатки*, *недостатки*, *бднота*, *мзеря*, *злидн*, *незаможнсть*. Часто для поддержания колорита отрасли аудиожурналисты сохраняют характерные ударения: *крЕдит*, *средствА*, *дОбыча*.

Перспективным направлением исследования экономической концептуализации является авторский контекст, индивидуальная манера изложения. Описание новых реалий должно автоматически вызывать метафорический дискурс. Множество новейших метафор лишь переориентированы и вплетены в контекст современной действительности: *страна – экономический донор*, *плыть на айсберг*, *политическая колода*, *игроки на поле*. В экономической сфере стали популярными концептуальные метафоры с базисами *война*, *преступность*, *болезнь*, *животный мир*. Таким образом, оценка закладывается не в сему метафор, а в окружающий их контекст.

Новая экономическая терминология составляет значительную часть лексикона современной аудитории. Концептуализации экономики в периодике ставит перед исследователями ряд задач: изучить терминологию в количественном и качественном отношении, рассмотреть системные связи в разных терминологиях, выделить лексико-семантические группы и описать их с точки зрения семантических отношений, опреде-

лить роль заимствованных терминов. Отдельные экономические концепты в языковом сознании человека взаимосвязаны и взаимно дополняют друг друга, создавая экономическую концептуальную систему, в функциональной динамике которой происходят постоянные изменения.

Литература

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М., 1998. 896 с.
2. Воробьёва О.П. Стилистические средства в аспекте интеграции текста // Исследование целого текста: Тез. докл. М., 1986, С. 33.
3. Солганик Г.Я. Лексика газеты. М., 1981, 112 с.