

СОЗДАНИЕ ЭКСПРЕССИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ИСПАНСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ

Н.Л. Матюшенко, Е.С. Коржукова

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76

В статье на материале испанских изданий “El País”, “Expansión” и других анализируются различные средства создания экспрессии и образности в экономическом дискурсе. Лингвостилистический анализ ряда статей за временной промежуток с 2009 по 2019 годы в рамках системно-функционального подхода с учётом интерпретационных и компетентностных факторов перевода позволяет не только посмотреть на экономический дискурс испанской публицистики с точки зрения жанровых особенностей, но и увидеть в нём элементы национально-культурного мировидения. Только с учётом последних возможна правильная интерпретация испанских текстов, включающих разнообразные средства языковой образности. Неслучайно отдельное внимание уделяется эквивалентности перевода. Она заключается, в частности, в учёте заложенных в исходном тексте стилистических, коннотативных и экспрессивных компонентов, поэтому помимо собственно перевода, там, где это необходимо в силу регистровых несовпадений экономического дискурса в испанском и русском языках, даются дополнительные комментарии. Кроме того, те или иные особенности создания образности позволяют говорить об общих тенденциях испанского экономического дискурса последнего десятилетия. На фоне в целом высокого экспрессивного потенциала экономических статей, в силу экстралингвистических факторов (финансовый кризис 2008 года, продолжающаяся рецессия, торговые войны, и, с другой стороны, меняющиеся механизмы восприятия информации) наметились процессы интенсификации использования ряда приёмов: метафор, аллюзий (мемов), фразеологизмов, авторских неологизмов. Существенные коррективы в выбранный дискурс вносит и усиливающийся техногенный характер цивилизации: неслучайно к концу рассматриваемого периода падает частота использования приёма олицетворения.

Ключевые слова: метафора, сфера-источник, олицетворение, фразеологизм, аллюзия, ИЯ, ПЯ, перевод, создание экспрессии.

В современном мире экономикой пронизаны все сферы человеческой жизни, включая когнитивно-речевую деятельность. С другой стороны, вектор лингвистических исследований сместился на изучение языковых единиц в контексте сферы их применения, поскольку «функция реализуется в результате взаимодействия элементов системы и среды» [3, с. 197]. Доминирование функционального аспек-

та обусловило важность термина «дискурс», широко используемого в современной лингвистике. Мы отталкиваемся от понятия дискурса как «речи, погружённой в жизнь», «текста в событийном аспекте» [1, с. 137], то есть опосредованного контекстом. Представляется верным и суждение о том, что «разновидностей дискурса столько, сколько видов деятельности человека, поскольку каждый вид деятельности порождает свой соб-

ственный вид дискурса с присущей ему лексикой и стилистикой» [7, с. 25]. Таким образом, экономический дискурс – это совокупность текстов, порождаемых и интерпретируемых в контексте экономической деятельности человека.

В задачи данной статьи входит анализ экономического дискурса испанской прессы, поэтому необходимо подробнее остановиться на публицистическом стиле, одном из шести функциональных стилей, обозначенных В.В. Виноградовым. От остальных он отличается большей «открытостью», так как может включать элементы делового и научного стилей, разговорной речи, а также способен сочетать стандарт и экспрессию, используя средства языковой выразительности, поскольку распространяется на широкий спектр тем. В зависимости от того, что именно преобладает в тексте – экспрессия или стандарт – стиль газеты подразделяется на информационный и публицистический, представляющий объект нашего исследования.

К нему, среди прочих, относят *аналитические* жанры, такие как аналитическая статья, рецензия, и *художественно-публицистические* жанры, такие как очерк, заметка.

В целом публицистическому стилю присущи эмоциональность и оценочность, поскольку публицистика не просто информирует читателя – она анализирует и убеждает. В текстах *аналитических* жанров, предполагающих наличие частного мнения, выражается индивидуальность автора: неслучайно для журналиста и исследователя Алекса Грихельмо [14] «*присутствие*» в тексте автора становится ключевым при делении текстов периодических изданий на жанры.

К аналитическим жанрам в чистом виде относится статья. А.А. Тертычный определяет статью как «жанр, предназначенный (...) для анализа актуальных, общественно значимых процессов, ситуаций, явлений и управляющих ими закономерностей» [12, с. 6]. Статьи в таком понимании являются материалом нашего исследования, основная цель которого – проследить создание и проявление в них экспрессии.

Экспрессивный потенциал экономического дискурса испанской прессы основывается на использовании лексико-стилистических средств, среди которых выделяются метафора «как один из частотных тропов» [13, с. 114] и фразеологизм.

Метафоры, по мнению Джорджа Лакоффа, «играют центральную роль в конструировании социальной и политической реальности» [8, с. 147]. Они служат не только украшением речи, но

и средством воздействия на адресата информации. Как указывает в своей работе В.В. Смоленкова, метафора является «важнейшим средством формирования оценки предмета речи» [11, с. 48]. Она представляет собой видение одного объекта через другой и возможна благодаря наличию у нас ассоциативного мышления, при котором связи устанавливаются через некий общий элемент. Например, когнитивная схема «конкуренция есть война/соревнование (из когнитивного поля *спорт*)» сопоставляет две области, значит, в вербализации сущности конкуренции могут быть использованы метафоры, указывающие на сопоставление в сознании двух предметно-понятийных областей, и могут быть употреблены номинации типа «противник» вместо «конкурент». Характерно заимствование лексики «испаноязычных медийных текстов из предметно-тематических и жанровых сфер, не относящихся к описываемым событиям» [6, с. 306]: «гетерогенными сферами для нейтрального политического или экономического дискурса могут стать медицина, спорт, явления природы, физика, архитектура, военное дело и другие области человеческой деятельности» [6, с. 306]. Наконец, метафоры отражают языковую картину мира, их появление не случайно и всегда отражает те или иные закономерности «языковых стереотипов» и «мира ассоциаций» [5, с. 39] языкового коллектива.

Кроме кросс-культурных и индивидуально-авторских метафор, в экономическом дискурсе испанской публицистики есть определённый набор распространённых («стёртых») метафор, отражающих национально специфическое мировидение: *La historia de Amper, empresa tecnológica, es el reflejo de una montaña rusa. Ahora, tras una larga y dura travesía por el desierto, el grupo emprende una nueva etapa. – Жизненный путь технологической компании Amper напоминает американские горки. В настоящее время, преодолев длинный и сложный период (букв. «переход через пустыню») своего существования, она начинает новый этап развития. Montaña rusa* одновременно является и этнонимом. Как известно, в контексте культурологической этимологии этому языковому феномену не чужда оценочность, хотя на современном этапе развития как испанского, так и русского языков коннотации иногда стираются.

Определяя функции таких метафор в речевом общении, А.Н. Баранов пишет: «Навязывая образ, «стёртая» метафора (...) одновременно

навязывает определённый способ действий при решении проблем; (...) навязывание способа разрешения проблемы происходит исподволь, незаметно» [2, с. 130-131].

Большой объём дополнительной информации и суггестивно-экспрессивного потенциала также содержится во фразеологизмах. Каждая фразеологическая единица обладает уникальным соотношением семантических компонентов – денотативного и коннотативного. Каждому из них отведена собственная роль в концептуализации свёрнутого во фразеологизм лингвокультурного содержания реальности [10, с. 118]: *Cada vez son más las (cajas) que se encuentran entre la espada y la pared* (...). – *Всё большее число сбербанков оказываются между молотом и наковальней//загнанными в угол* (букв. «между шпагой и стеной»).

Наконец, отличительной особенностью современной испанской публицистики стала интертекстуальность. Согласно определению А.П. Чудинова, это «присутствие в тексте элементов других текстов, что обеспечивает его восприятие как (...) элемента национальной культуры» [13, с. 114]. Журналисты приводят цитаты из других текстов, создавая «вертикальный» контекст и формируя многоплановость. К примеру, в заголовке *Exportar en tiempos de guerra comercial* (*Экспорт во время торговой войны*) за счёт литературной аллюзии обыгрывается выражение *el amor en tiempos del cólera* («Любовь во время холеры» – роман Габриэля Гарсии Маркеса). Ещё одна аллюзия на произведение Маркеса «Хроника объявленной смерти» («*Crónica de una muerte anunciada*») содержится в примере: *Era la crónica de un desenlace anunciado que, si bien no sorprende, ha servido para arrojar más luz sobre el estado financiero de la aerolínea*. – *Это была хроника объявленного исхода, которая, хоть и не стала сюрпризом, но пролила свет на финансовое положение авиакомпании*. В повести, зная о предreshённой участи главного героя, никто не сделал ничего ради его спасения. Этот же смысл – заведомо известный исход ситуации – закладывает автор текста, рассчитывая на достаточно высокий культурный уровень читателей.

Современные реципиенты не всегда могут сразу восстановить источник аллюзии, но без труда идентифицируют скрытый в ней смысл. Такие «стёртые» аллюзии часто называют *мемами*: *caballo de Troya, talón de Aquiles*.

Мы рассматривали статьи за период с 2009 – 2019 гг. с целью выявления тенденций испан-

ского экономического дискурса, сначала оставившись на таком значимом элементе, как заголовок. Его ведущей функцией всё чаще становится фатическая, служащая для привлечения внимания читателей и вытесняющая номинативную функцию. В результате «сочные» названия неизбежно оказывают воздействие на адресата, раскрывая свою оценочную функцию. Например, *La nueva Chináfrica pide paso*. – *Китай расширяет экономическое присутствие в Африке*. Проявляется общая тенденция испанской публицистики к неологизации: путём сращения (China + África) создаётся своеобразная новая географическая номинация, поскольку в современном мире расширяется экономическое пространство, подконтрольное отдельным государствам или транснациональным компаниям.

Многие модели неологизмов, как, например, выше представленное сращение, активно приживаются и используются. Спустя полгода в другом издании появился схожий элемент заголовка: *Grietas en Chimérica* (China + América) – *Отношения между США и Китаем дали трещину*.

За рассматриваемый период в текстах статей привлекают внимание неологизмы, созданные по привычной для испанского языка модели с суффиксом *-azo*. Образованное слово может означать резкое воздействие, интенсивность, внушительный размер или глубокое впечатление, производимое объектом (известные *codazo; riñetazo; cochazo*), а также придавать негативную оценку результату действия, обозначенного в корне неологизма. Это простая и активно работающая модель словообразования, поэтому многочисленные примеры её использования можно разделить на следующие группы:

– общепризнанные, легко узнаваемые (включённые в словари) лексические единицы:

- *La consecuencia inmediata de este nuevo bandazo (recorte de los incentivos a las renovables) ha sido una fuerte caída en bolsa de las empresas afectadas*. – *Немедленным следствием этого резкого изменения в проводимой Правительством политике (урезание субсидирования зелёной энергетики) стал обвал на Бирже котировок акций компаний этой отрасли;*

- *En el actual contexto de cerrojazo crediticio, la bolsa se ha convertido en una interesante alternativa de financiación*. – *В существующей ситуации ограничения или недоступности кредитов, биржа превратилась в привлекательный вариант финансирования.*

– неологизмы с негативной коннотацией, не включённые в словари, но уже встречаемые в Интернете:

- *el Gobierno saca adelante en solitario el “decretazo”* (критикуемое преобразование, осуществляемое с помощью правительственного декрета) – *Правительство само* (без поддержки Парламента) *продвигает декрет*;

- *las manifestaciones contra el “pensionazo”* (реформа пенсионного законодательства с неудовлетворительным результатом) – *демонстрации протеста против пенсионной реформы*.

– оказиональные авторские неологизмы:

- ... *el manguerazo de liquidez que busca el Gobierno podría llegar tarde*. –... **вливание средств в объёмах**, достигнуть которые стремится Правительство, может запоздать. *Manguera* – «шланг», *manguerazo* – «поток», зд. «вливание в большом объёме» в отличие от *inyección* (может быть любого размера);

- *Trump cree que lo mejor es un certero arancelazo en todo el lomo*. – *Трамп считает, что лучший способ – это точно рассчитанный удар в уязвимое место* (букв. «по хребту»), *то есть, повышение существующих или введение новых высоких таможенных пошлин*.

Во всех примерах важен адекватный перевод: правильная интерпретация смысла возможна лишь при условии обязательного владения актуальной экстралингвистической ситуацией (пример с *arancelazo*), понимания стилистической образности фразы на ИЯ и учёта регистровых жанровых особенностей на ПЯ.

В заголовках изначально встречаются элементы авторской импликации через такие приёмы, как олицетворение – придание неодушевлённому объекту или явлению качеств одушевлённого: *Caja Castilla-La Mancha, la primera víctima de la crisis*. – *Первым пострадавшим от кризиса стал банк ССМ* (букв. «первая жертва кризиса»); метафора – употребление слова в переносном значении: *El río revuelto de las renovables*. – *Запутанная ситуация в сфере возобновляемых источников энергии* (букв. «бурная река»).

К концу исследуемого периода 2009–2019 гг. экспрессивность заголовков растёт:

(1) *Amper: del abismo a la resurrección*. (Подобно по смыслу – в другой статье: *Del rojo al negro en Acerinox*.) – *Ампер (Асеринокс): от убытков к прибылям* (букв. «из бездны к возрождению»; «из красной зоны в зелёную»). В первом заголовке использован приём олицетворения: компания уподобляется человеку, успешно прошедшему

переломный момент в жизни, во втором – метонимия, опирающаяся на цвета биржевых индексов: красным обозначается снижение котировок активов, зелёным – повышение. Минимальные специальные знания, как говорилось выше, необходимы для правильного перевода.

(2) *Pretendientes bancarios sin derecho (aún) a rose*. – *Попытка банковского слияния* (букв. «*Папа* стремится к союзу, но брак (пока) не заключён»). Начиная с заголовка, выбирается тематический ракурс статьи, которому подчиняются языковые средства. Слияние компаний часто сравнивают со свадьбой (*boda*), или брачным союзом (*matrimonio*), поэтому далее в тексте развивается матримониальная тема: ... *una atracción que no acaba de consumarse. El flirteo comenzó en 2017; Ahora la apuesta de Unicredit es más fuerte para llevar a buen puerto el ansiado matrimonio*. –... **взаимное влечение**, которое ни к чему не привело. *Первые попытки сближения* имели место в 2017г., в настоящее время банк Unicredit серьёзно намерен осуществить свой план по **слиянию**, что может привести к **успеху операции**. Банковские организации уподобляются жениху и невесте, которые никак не могут соединиться законным браком: используется метафора-олицетворение.

(3) *Golpe de gracia a Teva, el rey mundial de los genéricos*. – *Ещё один удар* (букв. «контрольный выстрел») *с целью окончательно убрать с рынка Teva, мирового лидера дженериков*. Одновременно используются олицетворение и метафора из военной/охотничьей сферы: компанию (одушевлённый объект) «добивают». В подзаголовке *La querrela (...) es una piedra más en el camino de este gigante (...)*. – *Выдвинутый иск – ещё один удар* (букв. «ещё один камень на пути») *для этого гиганта* (...) компания уподобляется человеку, прокладывающему себе нелёгкий путь, хотя при переводе мы убеждаемся в невозможности сохранить изначальную для ИЯ образность и вынужденно «нейтрализуем» её в процессе адаптации к более сдержанному в рамках данного жанра ПЯ.

(4) *Cómo romper el maleficio energético*. – *Как развеять колдовские чары* (компаний, работающих в сфере энергетики) (букв. «снять проклятие энергетики»). В российском экономическом дискурсе последних пятнадцати - двадцати лет был бы уместен и предсказуем (в контексте российских реалий) заголовок: *Как слезть с нефтегазовой иглы*. Так, при изменении образности сохраняются параметры адекватности перево-

да: смысл и изначально негативная коннотация явления (ср. на испанском «проклятие» и на русском «игла» – из семантического поля «наркомания, СПИД и т.п. – чума нашего времени») с последующим её преодолением – «romper» и «слезть».

(5) *Cuidado con los falsos samaritanos si le han timado en Bolsa, porque le engañarán dos veces.* – Если Вас обманули на Бирже, будьте начеку с так называемыми «добрыми самаритянами», Вас обманут ещё раз. Библиизм *buen samaritano* («добрый самаритянин») за счёт замены прилагательного ему антонимичным становится авторским неологизмом *falso samaritano*.

(6) Подзаголовок: *Mientras los indicadores agregados siguen sonriendo, las alarmas se disparan en la industria.* – В то время как сводные показатели продолжают расти (букв. «улыбаться»), ситуация в промышленности становится всё более критической (букв. «в промышленности бьют тревогу»). Сохранение в ПЯ буквального перевода не вписывается в жанровые рамки, поэтому не передаётся и приём олицетворения: в русском языке не типично употребление глагола «одушевлённой» семантики (проявления эмоций) с неодушевлённым объектом.

В заголовках статей авторы не скупаются на языковые средства создания экспрессии – не менее интересны в этом контексте и сами тексты статей. В экспликации примеров мы опираемся на языковые приёмы, уже встречавшиеся в заголовках, убеждаясь в том, что за исследуемый период в экономических текстах испанских изданий встречается немало олицетворений:

(7) *El mercado español del automóvil no levanta cabeza. Tras caer en enero y febrero, las matriculaciones se hundieron el 38,7% en marzo.* – Испанский автомобильный рынок не восстанавливается (букв. «не поднимает головы»). После падения в январе и феврале, в марте количество проданных автомобилей обрушилось на 38,7%. Помимо собственно олицетворения (автомобильного рынка Испании) во втором предложении априори коннотативно нейтральный экономический дискурс (объёмы продаж автомобилей) приобретает не просто негативную, а угрожающую окраску благодаря глаголу «тонуть, уходить под воду», словно речь идёт о терпящем крушение судне. Употреблённый в «непривычном» для него окружении, он становится источником создания экспрессии.

Мировой финансовый кризис внёс серьёзные коррективы в стиль экономических статей,

сделав его ещё более выразительным. Сам кризис предстаёт самостоятельной силой, «одушевлённым» существом, влияющим на мировой экономический процесс. Приём олицетворения реализуется за счёт глаголов традиционно «одушевлённой» семантики – *empeñarse* («стараться, пытаться, упорствовать») и *aconsejar* («советовать»):

(8) *Esos (ingresos) extraordinarios debían servirle para impulsar su estrategia de crecimiento en el mercado del agua, pero la crisis, empeñada en reescribir de un plumazo la historia económica de los últimos años* (букв. «упорствующий в своём намерении переписать одним росчерком пера экономическую историю последних лет...») *habría aconsejado al grupo contemporarizar en la persecución de sus objetivos.* – Эти неожиданные финансовые поступления предназначались для стимулирования дальнейшего роста компании на рынке водоснабжения, но возможно, что внезапно разразившийся кризис, пришедший на смену периоду роста в экономике, продолжая стремительно углубляться, подтолкнул компанию к пересмотру её планов на будущее. В переводе структура исходной фразы претерпела серьёзные изменения из-за несовпадения возможностей сочетаемости в ИЯ и ПЯ: то, что приемлемо для испанского – сочетание в одной фразе *empeñarse en* и *de un plumazo* – невозможно в ПЯ: «упорствующий в» и «одним росчерком пера» семантически немыслимы в одном высказывании.

Для описания кризиса как некоей одушевлённой силы используется негативная коннотация тяжёлого недуга, поражающего целые страны и их жизненно важные «органы» – хозяйственные секторы:

(9) *La crisis económica que padece España, con especial incidencia en sectores como la construcción (...) está poniendo patas arriba el sistema eléctrico.* – Экономический кризис, поразивший (букв. «от которого страдает Испания»), как от болезни Испанию, особенно глубоко затронул такую отрасль, как строительство, и резко изменил (букв. «поставил с ног на голову») ситуацию в сфере электроэнергетики.

Приём олицетворения создаётся за счёт и в комплексе с другими языковыми средствами, часто с помощью метафор:

(10) *No menos relevante es para Suez, que nutrirá su tesorería en unas circunstancias poco favorables para conseguir financiación.* – Не менее важно это обстоятельство и для компании Suez, которая получит вливание средств (букв. «подпитает

казну») на фоне сложностей с финансированием. Используемая сфера-источник метафоры – здоровье («питать, подпитывать»).

Экспрессия экономического дискурса испанской публицистики во многом создаётся за счёт метафорической образности. Своеобразие денотативной опоры метафор в текстах рассматриваемого периода позволило нам выделить частотные сферы-источники метафор.

1. Сфера-источник: природа

(11) *El sol empieza a colarse entre los nubarrones y a sanear charcos y goteras de la crisis en Acerinox.* – Компания Асеринокс начинает восстанавливать своё положение после затрат и убытков, понесённых в результате пережитого кризиса (букв. «Солнце начинает высушивать «лужи и протечки», пробиваясь сквозь тучи, сгустившиеся над компанией Асеринокс»). Кризис воспринимается как стихийное бедствие, последствия которого метафорически осмысляются автором.

(12) *A medida que la tormenta avanza, la deuda se va convirtiendo en una pesada losa, sólo soportable por profesionales con los nervios templados como el acero.* – По мере развития кризиса долги компаний всё больше ухудшают (букв. «становятся для них всё более тяжким бременем») их балансы, ситуация, разрешить которую могут только закалённые профессионалы. (букв. «со стальными нервами»). Интересно сравнение долга с могильной плитой, тяжёлым надгробием: так, семантика «тяжесть» осмысляется в разных денотативных полях.

2. Сфера-источник: наука/медицина

(13) *Su mantenimiento artificial, con la respiración asistida de las ayudas estatales, supondría un ejercicio de hipocresía y despilfarro (...).* – Искусственное продление их существования с помощью государственного финансирования могло бы стать проявлением лицемерия и разбазаривания средств. Речь идёт о банке Caja Castilla-La Mancha: он изображён тяжело больным, жизнь которого поддерживается аппаратом искусственного дыхания.

(14) *No obstante, también estos enfermos del sistema presentan oportunidades de inversión. Y es que, viéndolo desde otra óptica, el panorama actual es un vivero para directivos con experiencia que quieran arriesgar y comprar empresas (...) a la baja; hasta llegar al extremo de un euro a cambio de la deuda en aquellos casos en que el enfermo está en las últimas.* – Однако, кризисные компании также представляют собой шанс для инвестиций. С другой точки зрения, нынешняя ситуация – это

хорошая возможность (букв. «благодатная почва») для опытных руководителей, желающих рискнуть и приобрести компанию по дешёвке, вплоть до покупки её за один евро в обмен на уплату долгов, когда положение дел компании безнадежно (букв. «на последнем издыхании»). В исходном тексте компании переживающие кризис уподобляются больным, однако при переводе на русский язык выбор делается не в пользу образности. Что показательно, и *oportunidades*, и *vivero*, не сопоставимые по степени экспрессии в данном тексте, переводятся почти одинаково, синонимами «шанс» и «возможность», говоря о более сдержанном стиле русских статей.

(15) *El grupo británico de distribución Marks & Spencer lo hará (crecer fuera) de la mano de franquiciados, para evitar la sangría de pérdidas de la etapa anterior.* – Британский ритейлер Marks & Spencer намеревается выходить на внешние рынки, прибегая к франчайзингу, чтобы избежать огромных убытков, как это было в прошлом. Помимо медицинской метафоры используется приём интенсификации: *sangría* (*hemorragia*) – это и без того «потеря (крови)», к ней прибавляется ещё одна «потеря» – *pérdidas* – в итоге получается «масло масляное», но очень в духе испанского «украшательства» [5, с. 76], причём не только политического, но и экономического дискурса.

3. Сфера-источник: военное дело

(16) *El punto de partida es bueno: la patronal de las cajas (Ceca – la Confederación española de Cajas de Ahorro) ha cerrado filas en torno a su nuevo equipo e intenta transmitir una imagen de unidad.* – Исходная позиция правильная – Союз сберегательных банков сплотился (букв. «сомкнул ряды») вокруг новой команды руководителей, пытаясь произвести впечатление единства в своих рядах.

(17) *Ante el nuevo escenario, (los propietarios de viviendas) ya han tomado medidas de blindaje que están perjudicando a quienes buscan casa de alquiler.* – В свете новой ситуации владельцы квартир уже прибегли к защитным мерам (букв. «прикрылись бронёй»), затрудняя поиски съёмного жилья.

(18) *Las tradicionales batallas entre los sindicatos y los patronos han dado paso a una guerra en la que ambos comparten trincheras.* – Традиционные схватки профсоюзов с предпринимателями уступили место войне, в которой они сражаются на одной стороне (букв. «в одном окопе»).

Помимо указанных частотных метафор, денотативно связанные со сферой спорта, однако

в силу своей «интернациональности» они менее интересны с лингвистической точки зрения, так как при переводе часто калькируются:

(19) (...) *recortar los incentivos a las renovables. Esto es, **cambiar las reglas del juego en medio del partido** y en plena crisis económica. – (...) урезать субсидирование производства электроэнергии из возобновляемых источников. То есть **поменять правила игры**, причём в разгар экономического кризиса.* Для более яркого перевода, однако, можно использовать экспрессивные возможности ПЯ, выйдя из семантического поля спорта: «поменять коней на переправе».

В экономическом дискурсе находит своё отражение и гастрономическая тема. Возможно, сказываются «гедонистическое» мироощущение испанцев и общая тенденция испанской публицистики ко всё большему сближению с целевым реципиентом – среднестатистическим жителем Испании:

(20) *Hasta ahora, el mercado ha podido **absorber todo el papel**, pero esta semana los gobiernos van a poner a prueba **el apetito inversor**. – На сегодняшний день все **облигации**, размещённые на рынке, **распроданы**, но на этой неделе правительства проверят истинные **намерения инвесторов** (букв. «аппетит инвесторов»).*

Испанская публицистика тесно связана с социокультурной «матрицей» страны, поэтому статьи довольно коннотативны и пресуппозиционны, а привлечение внимания, оценочность и воздействие на адресата иногда могут превалировать над собственно информирующей функцией. В этой связи нельзя не обратиться к фразеологическим единицам, пословицам, поговоркам и аллюзиям, составляющим целый пласт национально-языковой картины мира и имеющим мощный экспрессивный потенциал применительно к экономическому дискурсу.

Итог в статье о череде неудач одной компании подводится поговоркой: (21) *Está claro que **a perro flaco, todo son pulgas***. Самый «привычный» перевод: Беда не приходит одна, но в нём не хватает необходимой конкретики и имплицитности, поэтому переводчику пришлось заглянуть глубже в русскую фразеологию: *Ясно, что **паршивому поросёнку и в петровки** (в Петров день) мороз* [4].

(22) *Los dos (los gobiernos de EEUU y del Reino Unido) deberán **hilar muy fino** para que sus propósitos ejemplarizantes no acaben convirtiéndose en un freno para la capacidad crediticia de los bancos. – Оба правительства должны будут **действо-***

вать очень взвешенно (букв. «вести тонкую игру»), *чтобы их намерения преподать урок банку Goldman Sachs не привели к сокращению объёмов кредитов, предоставляемых всеми банками.* При переводе приходится жертвовать испанской фразеологичностью в пользу большей нейтральности ПЯ.

(23) *Es la confirmación de que el ICO (Instituto de Crédito Oficial) afronta la fatalidad de acabar transformado en una suerte de banca pública, **por obra y gracia de un decreto ministerial**. – Это подтверждение того, что судьба данной кредитной организации – превратиться во что-то вроде государственного банка **по велению министерства**.* Устойчивое выражение обозначает «благодаря», «по мановению», но этимологически это часть библеизма *Por obra y gracia del Espíritu Santo*, лингвистически характеризуемого как фразеологизм в силу устойчивости лексического состава и структуры. Поскольку речь идёт о подмене «положенного» по сочетаемости компонента другим, денотативно нейтральным, создаётся стилистический дисбаланс для введения авторской импликации, в данном случае иронии.

(24) *En El Comidista, el blog que consultan miles de personas, distintos expertos **en catas a ciegas destripan las miserias de las marcas más conocidas del mercado**. – В блоге El Comidista различные эксперты **на основании экспертиз без указания марки продукта вскрывают недостатки самых известных брендов**.* От устойчивого выражения *cata a ciegas*, «дегустация вслепую», остаётся сема «неразглашения», ключевая при переводе, носящем адаптированный, экспликативный характер. Высока экспрессивность выражения *destripar las miserias* (букв. «раскрывать прегрешения»): это аллюзия на Библию, перефразированный библеизм *las miserias humanas* («немощи/слабости людские»), но в переводе остаётся лишь денотативный компонент – «вскрывать недостатки».

Очевидно, что на протяжении всего прошедшего десятилетия экономический дискурс испанской публицистики был богат на разного рода языковые средства передачи экспрессии, а финансовый кризис 2008 года, постепенно усиливающийся антагонизм на международной экономической арене и постоянно вспыхивающие торговые конфликты ощутимо повлияли на стилистику текстов.

В целом в современных экономических статьях набор языковых средств для создания экспрессивности схож, но количественное их соот-

ношение несколько иное. Показательно, что в век продолжающейся техногенной революции в текстах ближайшего к нам периода меньше используется приём олицетворения, чем в текстах начала десятилетия. Однако по-прежнему достаточно много метафор, денотативно опирающихся на сферу природных явлений (*una lluvia de millones* в подзаголовке к статье «La pueva Chináfrica pide paso», примеры (11), (12).

Значительно количество метафор, связанных со сферой-источником «война», что может быть отражением обострения отношений между экономическими агентами внутри конкретной страны и/или между странами и/или блоками стран (примеры 16–18). Об общей интенсификации конфликтов в мировой экономике говорит и большое число метафор из спортивной сферы. Однако, как говорилось выше, в силу частого калькирования при переводе, мы не рассматриваем их подробно: с лингвистической точки зрения, примеры из других сфер представляют больший интерес.

Указанные особенности экономических статей за рассмотренный период говорят, во-первых, о высоком экспрессивном потенциале экономического дискурса испанской публици-

стики в целом а, во-вторых, о дискурсивных тенденциях, обусловленных экстралингвистическими факторами: продолжением мировой рецессии, экономической экспансией ряда стран и связанными с этим экономическими конфликтами и торговыми войнами. Кроме того, на язык и механизмы восприятия информации оказывает влияние технологический прогресс, переводящий публицистику в формат интернет-изданий. Как правило, это ускоряет новостной поток, усиливает конкуренцию между изданиями. Современная среда, переполненная информацией, в которой СМИ стремятся привлечь максимально широкую аудиторию, дать свою трактовку событий (степень неоднородности позиций по экономическим вопросам высока) и обойти в погоне за читателями соперников, создаёт своеобразную «психологическую усталость» [9, с. 1] реципиентов: люди читают меньше и избегают длинных статей. Чтобы «достучаться» до массового сознания содержание должно быть актуальным, «апеллируя не только (и не столько) к интеллектуальному, сколько к эмоциональному интересу читателя» [9, с. 1], а его можно пробудить за счёт различных способов создания экспрессии, рассмотренных в том числе в нашей статье.

Список литературы

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова Лингвистический энциклопедический словарь. Под ред. В.Н. Ярцевой. М.: 1990. С. 136-137.
2. Баранов А.Н. Спор метафор: языковая метафора как средство аргументативного воздействия / А.Н. Баранов. // М. 2000. 270 с.
3. Бондарко А.В. Теория значения в системе функциональной грамматики: На материале русского языка. М.: Языки славянской культуры. 2002. 736 с.
4. Даль В.И. Пословицы русского народа. Словарь. М.: Академический проект, 2018. 1228 с.
5. Иовенко В.А. Национально-культурное мировидение в переводческом измерении: монография / В.А. Иовенко // М.: МГИМО-Университет, 2013. 219с.
6. Иовенко В.А. Национальное мировидение в двуязычной коммуникации / В.А. Иовенко // М.: Вестник МГИМО-Университета. 2013. № 4. С. 303-311.
7. Киров Е.Ф. Язык в системе человеческой деятельности (фрагмент спекулятивной лингвистики) / Е.Ф. Киров // Теория языкознания и русистика: Сборник статей по материалам международной научной конференции памяти Б.Н. Головина. Нижний Новгород, 2001. С. 24-26.
8. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. / Язык и моделирование социального взаимодействия: переводы / Под общ. ред. В.В. Петрова. М.: Прогресс, 1987. 464 с.
9. Романова Г.С. Испанский язык в зеркале газетной страницы: некоторые особенности лексики и грамматики периодической печати Испании. Учебное пособие. М.: МГИМО МИД РФ, 1992. 126 с.
10. Потолдыкова Е.В. Лингвопрагматический аспект фразеологической вариативности в англоязычном массово-информационном дискурсе: автореф. дис. д-ра фил. наук / Е.В. Потолдыкова. Волгоград, 2004. 169 с.
11. Смоленикова В.В. Основы риторической критики. М.: Форум: ИНФРА-М, 2016. 192 с.
12. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2000. 310с.
13. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. М.: Флинта: Наука, 2008. 352 с.
14. Grijelmo A. El estilo del periodista. Editorial TAURUS, 2008.

Сведения об авторах:

Матюшенко Наталия Леонтьевна – старший преподаватель кафедры испанского языка МГИМО МИД РФ (Россия, г. Москва). Сфера научных интересов: вопросы перевода, стилистика, проблемы преподавания иностранных языков, массовая литература в изучении иностранных языков. E-mail: natalia.matiushenko@yahoo.es.

Коржукова Елена Станиславовна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры испанского языка МГИМО МИД РФ (Россия, г. Москва). Сфера научных интересов: лингвокультурология, анализ текста, стилистика, массовая литература в обучении языку, семиотика культуры. E-mail: baleares@yandex.ru.

CREATING EXPRESSION IN THE ECONOMIC DISCOURSE OF SPANISH PUBLICISM

Natalia L. Matiushenko, Elena S. Korzhukova

Moscow State Institute of International Relations (University),
76, Prospect Vernadskogo, Moscow, 119454, Russian Federation.

Abstract: *The article, based on the material of Spanish publications “El País”, “Expansión” and others, analyzes various means by which expression and figurativeness in economic discourse is created. A linguistic-stylistic analysis of the articles of the period 2009 – 2019 within the framework of a system-functional approach with the focus on interpretation and competence factors of translation, allows not only viewing genre features of economic discourse in Spanish journalism but also elements of national and cultural mentality represented in it. Only taking into account these elements it is possible to translate and interpret Spanish texts correctly, including various means of linguistic figurativeness. Not without reasons do we pay special attention to the equivalence of translation. It consists in identifying and preserving the semantic content of the source language text in the translation language, with stylistic and expressive components of the former. That is why we give additional comments on translation, where there are register mismatches in Spanish and Russian economic discourses. Besides, in the latest decade there has been revealed a tendency of a more frequent use of some stylistic devices to create figurativeness in Spanish economic discourse.*

Key Words: *metaphor, source sphere, personification, phraseological unit, allusion, source language, translation language, translation, creation of expression.*

References

1. Arutiunova N.D. Diskurs. [Discourse] / N.D. Arutiunova Lingvisticheskii entsyklopedicheskii slovar'. Pod red. V.N. Iartsevoi. M.1990. S. 136-137.
2. Baranov A.N. Spor metafor: iazykovaia metafora kak sredstvo argumentativnogo vozdeistviia. [The dispute of metaphors: language metaphor as a means of argumentative influence] / A.N. Baranov. // M. 2000. 270 s.
3. Bondarko A.B. Teoriia znachenii v sisteme funktsional'noi grammatiki: Na materiale russkogo iazyka. [The theory of meaning in the system of functional grammar: On the material of the Russian language] M.: Iazyki slavianskoi kul'tury, 2002. 736 s.
4. Dal' V.I. Poslovitsy russkogo naroda. [Proverbs of the Russian people] Slovar'. – M.: Akademicheskii proekt, 2018. 1228 s.
5. Iovenko V.A. Natsional'no-kul'turnoe mirovidenie v perevodcheskom izmerenii: monografiia. [National-cultural worldview in the translation dimension: a monograph] M.: MGIMO-Universitet, 2013. 219 s.
6. Iovenko V.A. Natsional'noe mirovidenie v dvuiazychnoi kommunikatsii. [National vision in bilingual communication] M.: Vestnik MGIMO-Universiteta. 2013. № 4. S. 303-311.
7. Kirov E.F. Iazyk v sisteme chelovecheskoi deiatelnosti (fragment spekulativnoi lingvistiki). [Language in the system of human activity (fragment of speculative linguistics)] / E.F. Kirov // Teoriia iazykoznanii i rusistika: Sbornik statei po materialam mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii pamiati B.N. Golovina. Nizhnii Novgorod, 2001. S. 24-26.
8. Lakoff Dzh., Dzhonson M. Metafor, kotorymi my zhivem. [The metaphors we live in] / Iazyk i modelirovanie sotsialno-go vzaimodeistviia: perevod. [Language and modeling of social interaction: translations] / Pod obshch. red. V.V. Petrova. M.: Progress, 1987. 464 s.

9. Romanova G.S. Ispanskii iazyk v zerkale gazetnoi stranitsy: nekotorye osobennosti leksiki i grammatiki periodicheskoi pechati Spanii. [Spanish language in the mirror of a newspaper page: some features of the vocabulary and grammar of Spain periodicals] Uchebnoe posobie. M.: MGIMO MID RF, 1992. 126 s.
10. Potoldykova E.V. Lingvopragmaticheskii aspekt frazeologicheskoi variativnosti v angloiazыchnom massovo-informatsionnom diskurse. [Linguo-pragmatic aspect of phraseological variation in the English-language mass-information discourse] Avtoref. dis. d-ra fil. nauk / E.V. Potoldykova. Volgograd. 2004. 169 s.
11. Smolenenkova V.V. Osnovy ritoricheskoi kritiki. [Basics of rhetorical criticism] M.: Forum: INFRA-M, 2016. 192 s.
12. Tertychnyi A.A. Zhanry periodicheskoi pechati. [Periodicals genres] M.: Aspekt Press, 2000. – 310 s.
13. Chudinov A.P. Politicheskaya lingvistika. [Political linguistics] M.: Flinta: Nauka, 2008. – 352 s.
14. Grijelmo A. El estilo del periodista. Editorial TAURUS, 2008.

About the authors:

Matiushenko Natalia Leontievna – Senior Lecturer at Spanish Department, MGIMO University (Moscow, Russia). Sphere of research interests: translation issues, stylistics, problems of teaching foreign languages, mass literature in teaching of foreign languages. E-mail: natalia.matiushenko@yahoo.es.

Elena S. Korzhukova – PhD, Senior Lecturer at Spanish Department, MGIMO University (Moscow, Russia). Sphere of research interests: cultural linguistics, text analysis, stylistics, mass literature in language teaching, semiotics of culture. E-mail: baleares@yandex.ru.

* * *