

Эмотивная сторона русскоязычного и англоязычного финансового дискурса

Чугунов Артем Алексеевич

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Москва, Россия

E-mail: art.305.chu@mail.ru

Финансовый дискурс нельзя назвать сферой, связанной исключительно с передачей когнитивной информации. Безусловно, сведения цифрового характера и различные формы отчетности играют значительную для коммуникации финансовой направленности роль, но при этом участники финансового дискурса помимо предоставления точных данных стремятся добиться реализации своих замыслов, то есть оказать на аудиторию воздействие, адекватное сложившейся экономической обстановке. В этой связи необходимо отметить, что в финансовом дискурсе существенное значение имеет и эмотивный компонент высказывания, который является своего рода языковым метауровнем, так как связан с прагматическим аспектом коммуникативного процесса.

При рассмотрении средств выражения эмотивности, используемых русскоязычными и англоязычными финансовыми деятелями, необходимо обратить внимание на то, что данные средства неодинаково представлены в двух языках. Так, например, разговорная лексика является характерной особенностью русскоязычного финансового дискурса, но в англоязычном финансовом дискурсе ее удельный вес практически незаметен. В качестве одного из примеров использования разговорной лексики в речи русскоязычных представителей финансового мира можно привести следующий фрагмент:

«Поэтому, если вы не хотите создать для себя «напряг» через 2 года, эту проблему необходимо решать заблаговременно, взвешенно и аккуратно. При этом на помощь государства в условиях дефицита бюджета трудно рассчитывать» [А.В. Турбанов 2010].

Нельзя не сказать и о частотном использовании финансистами метафор, относящихся к самым разнообразным концептам, что также обусловлено необходимостью выступающего придать своим словам дополнительную убедительность. Обращающим на себя внимание обстоятельством является склонность англоязычных финансовых деятелей к использованию значительно большего количества метафор, связанных с природными явлениями:

”But here at home the economy was doing better than it had in a generation. The news from Asia seemed like a small dark cloud appearing on the horizon in the middle of a sunny day at an outdoor festivity. It might mean rain, but with any luck it would go away” [Alice M. Rivlin 1998].

В то же время русскоязычной финансовой коммуникации гораздо более свойственны отсылки к популярным пословицам и поговоркам, отражающим народную мудрость, что можно увидеть на примере следующего выступления:

«Защищая позиции наших банкиров, я, конечно, отнюдь не хочу встать в такую позу, что так было, так будет и не надо надеяться, что мы эту ситуацию разрешим быстро и что тут должно действовать только государство. Я думаю, что это тот случай, когда и государство, а, может быть, прежде всего, государство, и банки должны давать себе отчет, что, сдерживая кредитование, они рубят сук, на котором сидят. То есть, с одной стороны, их действия очень рациональны, потому что они защищают себя и сохраняют ликвидность в неопределенной ситуации, с другой стороны, они подрывают финансовую устойчивость предприятий, финансовое положение предприятий». [Г.Г. Меликьян 2009].

Кроме того, следует коснуться и того, что представители англоязычного финансового дискурса весьма часто прибегают к использованию анафоры, а в русскоязычной коммуникации финансовой направленности и лексические повторы, и синтаксическое уподобление представляют собой явления периферийного характера. Рассмотрим типичный случай включения данного риторического приема в англоязычное выступление, посвященное финансовой проблематике:

*”Such behaviour is completely counter to the spirit of the law. **It’s not fair on the Exchequer. It’s not fair on the taxpayer. And it’s not fair on you, the vast majority of businesses who play by the rules**” [Danny Alexander 2013].*

Универсальность средств выражения эмотивности не должна вводить в заблуждение: финансовый дискурс выступает показательным примером того, что в различных языках эмотивность проявляется особым для себя образом. Именно поэтому учет эмотивного узуса, то есть частотности применения того или иного набора эмотивных семантических признаков, будет помогать международной финансовой коммуникации оставаться сбалансированной.

Источники и литература

- 1) 09.04.2010 Стенограмма выступления А.В. Турбанова на XXI съезде АРБ
- 2) October 22, 1998 Speech by Alice M. Rivlin At the State University of New York-Brockport and Buffalo State College
- 3) 28.05.2009 Стенограмма выступления Г.Г. Меликьяна на XVIII Международном Банковском Конгрессе
- 4) May 30, 2013 Speech by Danny Alexander to the Greater Manchester Chamber of Commerce