

ЕЗИКЪТ НА КРИЗАТА В ИКОНОМИЧЕСКАТА ПУБЛИЦИСТИКА

Златина Димова, Жения Гундашева, Любомира Спасова, Невена Найденова,
Леда Георгиева

Тракийски университет, 6000 Стара Загора, България, Студентски град,
znati_1071@abv.bg; jenia.gundasheva@gmail.com; liubomira1975@abv.bg;
nevenanaidenova@abv.bg; ledageorgieva@gmail.com

ABSTRACT

Economics is a true and valid indicator of the general state of society. In the time of crisis the language of economics is undergoing changes and is going richer. We focused on examples drawn from the economic press to analyze the language of crisis. Metaphorical expressions were separated into groups featuring common semantic concepts and analyzed. As a result, we commented on the formed semantic and lexical groups as a first stage of a further, more comprehensive study on the language of the crisis.

Key words: crisis, conceptual metaphors, narrative, economic press

Понятието „криза“ в своя икономически аспект съпровожда развитието на капиталистическото стопанство от 19 век насам. В английски език терминът икономическа криза се възприема по-скоро като марксистическо понятие. Вместо него се срещат изразите „депресия“, „рецесия“ /1929 г : Голямата Депресия, 2008-2010 : Голямата Рецесия/. Във френски, терминът криза се свързва с близката до марксизма идея за реформиране или смяна на капиталистическия строй. Четири са видовете финансова криза според Arvai et Vincze (2000) : *crise de change* – обменна/ валутна, дългова, капиталова и криза в банковия сектор. От гледна точка на макроикономиката кризата бива и структурна и циклична. Отразяването на съвременната икономическа криза в публицистиката е с оглед на тези различни етапи и е представено съобразно с автора и аудиторията.

Изследваният корпус обхваща статии, свързани със съвременната финансова криза от две от най-активните години на кризата 2009 и 2010 г. в публикации на английски - *The Economist*, български – *Капитал*, и икономическата колонка на френските вестници – *Le Monde*, *Le Figaro*. При обработката на текстовете беше приложен методът на лексически, речеви /изразен и семантичен анализ. Тясно икономическият контекст обаче не е сух, неутрален и обективен, а избраните изразни средства носят съзнателно търсена емоционалност. Задачата ни е да направим семантичен и лексикален анализ на употребените изразни средства, за да достигнем до интерпретиране на връзката между комуникатор и реципиент. Подчертаваме, че авторите на текстовете са както журналисти, специализирани в областта на икономиката, така и известни икономисти. Тезата ни е, че съзнателният подбор на емоционално оцветени изразни средства показва интерпретацията на отношението предавател – реципиент / в случая това са журналистът и читателят/ като съответно промяната на тези две позиции довежда до преход от един вид реч в друг и от там – използването на нетипични за дадената езикова сфера изразни средства.

В изследването е включена теорията за концептуалните метафори на Лейкф (Lakoff 1980). Тя разглежда метафората като езикова форма и като движещ елемент на мисловния ни процес. Изтъква се универсалността на мисленето и възможността за една всеобхватност на образните конструи в метафориката на различните езици. Теоретичните следствия, позоваващи се на тези идеи, изразяват общата нагласа за универсални мисловни модели и концепти, с които вербализираме идеите в метафори. Концептуалната метафора в когнитивната лингвистика свързва две области – източник и цел – за да постави една до

друга съвкупността от присъстващите асоциативно идеи от всяка област. В хода на изследването конкретизирахме метафоричността чрез интерпретиране на контекста.

Метафоричната концептуализация се случва при два едновременни фактора: необходимостта от „вплътяване“ (оформяне на изразявания концепт в езика) и от контекста (Kovecses 2005). Контекстът се решава от местната култура. Формата (универсалният избор) и специфичността на културата са едновременно протичащи процеси, обуславящи избора на метафора за дадена ситуация. Те не само участват в изразяването на значението на конкретната фраза, но също така са предпоставени от обстановката и темата на ситуацията.

Следват няколко впечатляващи примера от френски език:

• **Вмъкване в кавички на термин от друга област на езика :**

« <i>un métissage</i> » des pratiques de management	кръстоска, метис, в мениджмънта;
« <i>dopée</i> » de nouveaux capitaux, « <i>injectée</i> »	При отразяване на банковите вливания на нови капитали „инжектирането“ и дори даване на допинг

• **Използване на епитети или съществителни имена, носещи експресивност, присъщи на художествения текст:**

une sortie de crise absolument <i>fabuleuse</i>	<i>приказно</i> излизане от кризата;
<i>les affres</i> de la crise	<i>страхотиите</i> на кризата
<i>la gent politique</i>	политическата <i>пасмина</i>
<i>le partisan le plus incisif</i>	най-режещият противник

• **Използване на емоционално оцветени изрази присъщи на художествената проза.**

<i>Sortir son épingle du jeu</i>	<i>Измъквам щипката си от играта</i> – Според речник Petit Robert – измъквам се от дейност, която търпи провал
<i>Redorer son blason</i>	<i>Поставям нова позлата върху фамилия герб</i> – за повторно забогатял аристократ, а в случая – за възстановяване на икономиката
<i>Les réformes à venir rebattront les cartes</i>	<i>Предстоящите реформи ще разбъркат картите</i> – за внасяне на промяна в позициите на участниците
<i>Avoir le vent en poupe</i>	<i>Попътен вятър, вятърът духа откъм кърмата</i> – употребено в контекст на разкриване на нови работни места
<i>Les prévisions officielles font froid dans le dos</i>	От официалните прогнози те полазват студени сръпки по гърба.

• **Изрази, заимствани от езика на кризата в игралните зали:**

<i>Rien ne va plus</i> dans l'industrie	<i>Край на залаганията</i> в индустрията
---	--

В публикувания в Ню Йорк Таймс „Доклад за причините за кризата на Конгреса на САЩ”, от началото на 2011 г. се откроява употребата на изменяеми части на речта в свободни словосъчетания. Най-често употребяваните изрази са: „необуздан ламтеж на банковите мениджъри”, „инфантилна вяра на политиците”, „бастионът на пазарния фундаментализъм”, „фриволностите на bankerите”, „легализация на спекулативен грабеж”. Свободната употреба на икономически изрази и отделни лексеми като „банкер” и „гангстер” води до оформяне на неологизми като „банкстерите”. С този термин се обобщават „престъпниците с бели якички” в Германия. Емоционалността като водеща част от икономическата публицистична комуникация присъства, за да отрази пълноценно огромния интерес към икономическата криза и същевременно да покаже негативното отношение към нея и нейните създатели. Абсурдът, пародията и гротеската на експресивността се откриват в цял един абзац за тогавашната ситуация. Семантичният анализ при разглеждане на отделните синтактични конструкции, разкрива преносната употреба на думите и отделните изрази. Преносът на средства в неправилната посока ни кара да възприемаме света като изкривено огледало. Не е случаен фактът, че поведението на потребителите е названо като „стадна реактивност”. Очевидната коренна промяна в поведението и в мисленето на кредитопотребителите е предадена в изрази като „спекулативен грабеж”, с непредсказуеми последици за целия свят. Икономистите наричат този период „епидемия на ипотечната криза”, или „глобална финансова пандемия”, защото тя се превръща в едно цялостно заболяване, непрекъснато разпространяваща се зараза, която няма да бъде преодоляна векове наред.

Специалистите, анализиращи различните етапи на кризата дават примери за невъзможността да се надскочи „стадното мислене”, предизвикващо „кредитния бум” в САЩ, образно наричан „финансов допинг”, описан като „прегриване на кредитния пазар”. Изгражда се една изкривена представа за света, който придобива образа на „казино – капитализъм”. Образно ситуацията е отразена в „Доклад за причините за кризата на конгреса на САЩ”, съставен да изясни причините за финансовата криза, в който се употребяват изрази като: „надуването на ипотечния балон”, „Светата троица” на виновенниците. Те в САЩ са назовавани като NINJA - No income, no job applicant. Нито имат доходи, нито имат работа. „Нинджите” изтеглиха от банките милиарди долари, които просто се изпарили някъде в пространството. С изключителна образност и емоционалност е наситено следното изречение: „Естествено към тях могат да бъдат причислени и британците, превърнали се в "кредитните наркомани" на Европа”. Български медии като в. „Капитал”, в. „Стандарт” и др. изтъкват, че „**нещата излизат от релси**” и са необходими мерки от страна на българското правителство, които да възпрепятстват прекалените разлики в разпределянето на доходите. Във в. „Капитал” определят това състояние като „**природна и икономическа буря**”, като сравняват положението в българската икономика с ураган, който задълбочава безработицата в страната, усложнява приватизацията на отделни финансови фондове и предизвиква упадък на социалната сигурност.

Предизвиканите процеси се разглеждат като „**нарастващи вредни емисии**”, които оформят нов упадък на жизненото равнище в България. Тези емисии са резултат от „**епидемията на ипотечната криза**”, стартирала в САЩ и достигаща с бързи темпове нашата страна. Така нареченият „**финансов допинг**” води до едно непрекъснато пропадане в пропастта, изтъкват български публицисти. Преди истинската поява на световната икономическа криза у нас като причина за кризисно състояние се посочваше „**недостатъчните производствени ресурси**”, но сега причините се откриват в „**зрелищната борба** на вложителите да спасят спестяванията си”, т. е. да участват в т. нар. **казино - капитализъм**. Следователно финансовата криза „**се стовари**” върху незрялата българска

икономика, която придобива „**библейски размери**“. Най-неприятното от тази ситуация, разглеждано във в. „Стандарт“ е това, че този „**звучен финансов шамар**“ не е последният.

При анализа на статии от популярната английска икономическа периодика, езикът на кризата се разглежда в стилистичен план. Освен образността, интерес представляват дискурсите при описанието, както и наратива, който е както икономически, така и медийно обусловен, т. е. той отразява гледната точка и идеологията на икономическите коментатори и на четвъртата власт. Внушението, че всички, освен професионалисти, сме и хора, потърпевши от кризата е колкото медийно, толкова и чисто емпатиен елемент на серията от текстове. Кризата в разгледаните тук броеве на „Икономист“ от 2010 е описана като изплуване и потъване, война, хаос, разруха. Тя не прави разлика между „силни“ и „слаби“ икономики. В изданието от март-април 2010, образът на уморената, излизаша от руините британска икономика, се съгъства, като се вмъква описанието на удара както върху самочувствието, така и на чисто физическата болка, изпитвана от сриването на кредитния рейтинг на страната. Уязвимостта на „страната от сърцето“ на европейската икономика е пряк резултат от „претоварването“ и „преразтягането“ на нейния финансов капацитет. Изненадващо, Великобритания се анализира като „болния човек на Европа“, а изходът от заболяването/ужасяващата рецесия/ се представя като „възстановяване, лишено от каквото и да е блясък“. Болестното състояние, породено от „дълговата интоксикация“ е едната страна от антитезата: разцвет на икономическото здраве в периода на постоянния растеж от 90-те години- криза. На кризата се гледа като на заразна болест, която произхожда от банковата система и трябва да се ограничи, а после да бъде лекувана. При описанието на финансовата криза в еврозоната са включени почти всички европейски страни, но с най-малка честота се споменава България и то в контекста на тема, значима за Гърция /банките на Гърция на територията на България в периода на кризата там и как това се отразява на България/. Отново се използва образ, но свързан със смазването на механизма на гръцките банки от паричните ресурси, постъпващи в тях от България /майския брой на 2010/.

В популярната икономическа периодика е отразена гледната точка както на получателите, така и на заемодателите, обобщени като държави в рамките на Евросъюза. Най- често противопоставяни в тези две роли са Германия и Гърция, но Германия се възприема като заемодател и от Ирландия. Обобщеният образ на „горките бедни южняци“ често се противопоставя на този на страните, съставляващи „сърцето на Европа“/т.е. Севера/, но понякога дори и сред Севера се появяват квалификации като „догонващите страни от Севера“. При анализа на причините за кризата рядко се навлиза в дълбочината на процесите, които са облечени във финансова премяна. Все пак се прокрадва едно по-задълбочено, макроикономическо виждане за същността и характера на кризата, както е в случая със „синдрома утре“ при описанието на процесите, протичащи в Испания. Разпознаването на кризата в испанската икономика като „структурна“ позволява правилното тълкуване на испанските поведенчески модели и реакции.

Развитието на наративния образ е проследено в градация. Емоционално наситено, вярно като образ и икономически точно представено като наратив, се запознаваме със случая на Италия. Тя също е изправена пред сериозни структурни проблеми, които „минират“ шанса и за растеж, но докато Ирландия, Португалия и Испания се сравняват с Гърция, Италия остава в сянка и се разглежда като частен случай. Фигуративно поведението на „обезпокоената“ италианска икономика се представя с „влачещата се походка“ на ръста на своята производителност. Италия, освен съоснователка на Римския клуб, е и една от страните на Г7, понастоящем Г20. Тези страни и техните най-развити икономики се определят като „едни от малкото печеливши от глобалната финансова криза“. „В най-тъмните моменти“ на кризата Г20 отбелязват забележителни резултати – от общо придържане към фискалните стимули до натрупването на повече ресурси за ВМФ.

Същевременно под „енергичното ръководство на Южна Корея“, Г20 внася забележителна поправка в работата си: реформира в квотата на представените страни, като някои от новоизплувалите икономики заемат мястото си сред Г20. Досегашната схема на ВМФ, толерираща даването на заеми в случай на криза за добре управляваните икономики е подложена на диспут от Южна Корея. Тази мрежа се разглежда като необходима, ако утвърждаващите се икономики могат да издържат на финансовата криза без да струпват нови резерви от чуждестранна валута. Така, баланса на глобалното търсене се измества от свръхзадлъжнялата Америка към нарастващото вътрешно потребление на животрептящите новоналагащи се икономики. „Монетарните илюзии“ са разбити. „Банкерите от централните банки не са магьосници“. Заглавията и подзаглавията на статиите припомнят, че кризата е облечена в дрехите на фискалната политика, но всъщност корените и са структурни. Образът на кризата постепенно се изгражда и допълва с нови елементи при четене между редовете за една икономически и всестранно образована аудитория. Статиите са с висок контекст, напълно обясним предвид специализирания икономически характер на списанието.

Примерите в настоящото изследване са само малка част от изразните средства, съдържащи елемент на емоционалност. Изчерпателен обзор тук е невъзможен поради динамиката на развитието на кризата и на съответното и отразяване със средствата на публицистиката. Становището ни е, че това явление е сравнително ново и в процес на развитие така, както и самият език. А преминаването на елементи от един подезик към друг е белег за това, че езикът и литературата все още са живи в търсенето на по-точно и експресивно отразяване на една динамична действителност.

Корпус от текстове: 2010, The Economist; 2009, Le Figaro ; 2009 Le Monde

Библиография

1. Amossy R. (2000), *L'argumentation dans le discours*, Paris, Nathan, 247 p.
2. Braud P. (1996), *L'émotion en politique*, Paris, Presses de Sciences Po, 256 p.
3. Cosnier J. (1994), *Psychologie des émotions et des sentiments*, Paris, Retz, 175 p.
4. Lakoff 1980: George Lakoff and Mark Johnson, *Metaphors We Live By*.
5. Morin E. (1968), « Pour une sociologie de la crise », *Communications*, n°12, p. 2-16.
6. Rinn M. (dir.) (2008), *Emotions et discours : L'usage des passions dans la langue*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 371 p.
8. Schurmans M-N. (dir). (2008), *Emotions et sentiments : une construction sociale: Approches*
9. *théoriques et rapports aux terrains*, Paris, L'Harmattan, 212 p.
10. Tétu J-F. (2004), « L'émotion dans les médias : dispositifs; formes et figures », *Mots. Les langages du politique*, n° 75, pp. 9-19.
12. Ungerer F. (1997), « Emotions and emotional language in English and German news stories », *The Language of Emotions*, Amsterdam, Benjamins, pp. 307 -328.
14. Wilce J. M.(2009), *Language and Emotion*, Cambridge, Cambridge University Press, 233 p.