

Неологизация испанского медийного дискурса как отражение эволюции мировых политических процессов

М. В. Ларионова, Ю. В. Сливчикова
(Россия)

Resumen

El artículo está dedicado al análisis de la evolución del léxico del discurso mediático español en función del desarrollo de la situación política. El proceso de la ampliación y renovación de la red de conceptos en el discurso de los medios de la comunicación masiva refleja los continuos cambios en la sociedad contemporánea y permite crear una perspectiva completa de la realidad sociocultural tramada de componentes linguocognitivos.

Политический дискурс как совокупность текстов политической направленности содержит набор стереотипных представлений, основанных на национально-культурном и историческом опыте народа (Ларионова, 2010, с. 247-254). Стереотипные суждения, из которых соткано политическое дискурсивное пространство, с лингвокогнитивной точки зрения представляют собой ментальные образования или концепты, совокупность которых образует концептосферу (Ларионова, 2011, с. 215-220; Сливчикова, 2016, с. 19-20). Основопологающей функцией политического дискурса Е.И. Шейгал называет борьбу за власть, так что вершиной концептосферы политического дискурса становятся концепты «Власть» и «Политик». Политический дискурс, как и другие, имеет полевое строение. В центре поля находятся собственно речевые произведения политиков. Однако сферой бытования политического дискурса в наши дни становятся преимущественно средства массовой информации, что предполагает его жанровую диверсификацию и активное взаимопроникновение с другими дискурсами (Шейгал, 2004, с. 10-12).

Испанский медийный дискурс, через который фактически транслируется политический дискурс Испании, представляет собой особую форму существования языка, которая реализуется в виде текста и одновременно коммуникативного события. Определяя дискурс как «речь, погруженную в жизнь», Н.Д. Арутюнова особо отмечает, что дискурс следует трактовать как «целенаправленное, социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)» (Арутюнова, 1990, с.136-137).

Медийный дискурс представляет собой особую форму коммуникации, которая направлена на распространение общественно значимой информации, а также мнений, оценок, суждений через каналы СМИ (Romero Gualda, 1993, с. 15-21). Медийный дискурс, с одной стороны, отражает и вербализирует ментальность, а с другой, формирует менталитет и культуру общества, как на национальном, так и на индивидуальном уровне. Отражая и моделируя окружающий мир, медийный дискурс не только включает в себя основные концепты коммуникативных систем из различных сфер профессиональной и социальной деятельности, но и неизбежно сталкивается с необходимостью

наименования новых реалий, возникающих практически ежедневно в условиях активно развивающейся действительности (Ларионова, 2015, с. 92-104).

Дискурсивное пространство языка пополняется из нескольких источников: неологизмы приходят из области высоких технологий и науки, социально-экономической, политической и культурной сферы. В 2005 году в Испании был создан специальный Фонд неологизмов испанского языка – *Fundación del Español Urgente, Fundéu BBVA* –, основной задачей которого является способствовать правильному языковому употреблению в медийном дискурсе (*impulsar el buen uso del español en los medios de comunicación*). Фонд был основан информационным агентством Efe и банком BBVA и работает в тесном взаимодействии с испанской Королевской Академией языка. Сотрудниками Фонда являются журналисты, лингвисты, лексикографы, переводчики, корректоры и редакторы, которые разрабатывают рекомендации, дают консультации и в режиме онлайн отвечают на вопросы профессионалов-журналистов и пользователей социальных сетей и цифровых платформ. Ежегодно Фонд публикует списки наиболее употребительных неологизмов, которые признаются словами года. Так в 2010 году дискурсивную концептосферу, среди прочих, дополнили такие номинации, как «*generación ni-ni*» (поколение ни-ни), своего рода дискурсивный термин, обозначающий целое поколение молодых испанцев, которые не работают и не учатся: разразившийся в 2008 году мировой финансовый кризис лишил их возможности продолжить своё образование и найти работу. В 2011 году в испанском языке появились такие новые концепты, как «*indignados*» (возмущённые, участники народного протестного движения, которые провели свою первую акцию в Мадриде 15 мая 2011 года). В политический дискурс вошли номинации «*primavera árabe*» (арабская весна, протестное движение, начавшееся в Тунисе в 2011 году и прокатившееся по ряду арабских стран) и «*Merkozy*» (термин, обозначающий своеобразный политический дуэт канцлера Германии А. Меркель и президента Франции Н. Саркози. Политика и экономика привнесли в испанский язык в 2012 г. такие концепты, как «*euroescepticismo*» (евроскептицизм, недоверие к политическим проектам Евросоюза), «*billonario*» (миллиардер, человек, состояние которого равно или превышает один миллиард), «*sociata*» (сокращение от «*socialista*»: социалист, социалистический).

В 2013 году Фонд неологизмов испанского языка впервые стал определять лексему года – неологизм-концепт, получивший поддержку профессионалов-филологов и журналистов и собравший наибольшее число обращений со стороны пользователей онлайн-ресурсом. Таким словом года стал термин «*escrache*», обозначающий новую политическую реальность: стихийный народный протест рядом с домом или местом работы лица (политика, чиновника, функционера, банкира), замешанного в коррупционном или ином серьёзном преступлении. Это слово получило популярность в медийном дискурсе в результате акций протеста, организованных в начале года Платформой пострадавших от ипотеки (*Plataforma de Afectados por la Hipoteca* (PAH)). В медийный дискурс также вошло существительное «*ехрара*» (бывший Папа Римский), обозначающее совершенно новую реалию жизни – прижизненное отречение от папского престола Бенедикта XVI, случившееся 11 февраля 2013 года.

Словом 2014 года, по мнению специалистов Фонда неологизмов, стало существительное «*selfi*» (автопортретный фотоснимок, который делают, как правило, с помощью смартфона и размещают в социальных сетях). Кроме него в

испанском медийном дискурсе, отражая сложившиеся реалии, появились термин «imprago» (финансовая несостоятельность, невыполнение денежных обязательств в установленный срок), который заменил собой англицизм «default»; неологизм «postureo» (позёрство, притворство).

В 2015 словом года после долгих дискуссий стала лексема «refugiado» (беженец), которая функционирует для номинации тысяч людей, бегущих от военных конфликтов в поисках убежища в Европу. По мнению специалистов Фонда неологизмов, новый концепт принципиально отличается от термина «мигрант», который обозначает людей, направляющихся в Европу с целью обрести экономически более выгодные условия для жизни. В начале 2015 года в Европе разразился беспрецедентный миграционный кризис, вызванный многократным увеличением потока беженцев и нелегальных мигрантов из стран Северной Африки, Ближнего Востока и Южной Азии и неготовностью ЕС к их приёму и распределению.

Социально-политическая реальность привнесла в медийный дискурс такие концепты, как «rodemita» (сторонник партии Подемос), «Daesh» (террористическая структура, арабское название самопровозглашённого Исламского государства), «buenismo», «buenista» (социально-политическая позиция, основанная на наивной и бескорыстной вере в добрые намерения, излишняя и неоправданная политкорректность; например, «buenistas» – сторонники мультикультурализма).

Словом-победителем 2016 года в Испании стала лексема «populismo», которая используется не в своём традиционном смысле (политическая позиция или риторика, апеллирующая к широким народным массам), а как политический концепт с новым значением: политическая линия, ориентированная на возвращение власти народу в противовес власти элит. Нередко в медийном дискурсе, по мнению профессионалов Фонда неологизмов испанского языка, это слово развивает негативную оценочность, получая дополнительные коннотации: эмотивное обращение политиков к гражданам с целью предложить простые решения для сложных проблем (*apelación emotiva al ciudadano y la oferta de soluciones simples a problemas complejos*). Семантической трансформации концепта «populismo» во многом способствовали знаковые политические изменения международной ситуации, связанные с Брекситом (brexit) и победой Дональда Трампа на президентских выборах в США.

Современное определение данного политического явления сложно трактовать однозначно. Испанская Королевская Академия утверждает, что популизмом является «политическая тенденция, направленная на привлечение народных масс». Определение сопровождается пометка UMSD: используется в основном в отрицательном значении. Но определение RAЕ вызывает ряд вопросов: если популизм – это тенденция, направленная на привлечение широких масс населения, то на что направлены другие политические тенденции? Правильно ли понимать, что негативная коннотация понятия говорит о том, что привлекать народные массы – это плохо? Возможно, речь в таком случае идёт о незаконных способах управления массовым сознанием, т.е. о манипуляции? Что понимается под широкими массами населения? Нетрудно догадаться, что речь идёт о наименее образованных слоях населения, которые легче поддаются воздействию. Таким образом, популизм является инструментом политиков для

достижения и удержания власти путём апелляции к простейшим чувствам граждан, таким как гнев, надежда, страх или радость.

На открытии последнего конгресса Народной партии Испании её генеральный секретарь Долорес Коспедаль негативно высказалась о популистах и социалпопулистах (неологизм, отражающий новые идеологические веяния партии), фактически сделав слова «левый» и «популист» синонимами. Исходя из данной концепции члены партии «Podemos» становятся популистами, а представители Испанской социалистической рабочей партии предстают социалпопулистами. До 2014 г. под популизмом в Испании понималось, в частности, то, что в настоящее время получило название «cuñadismo» и в чём теперь обвиняют членов партии «Ciudadanos». Последнее время данное понятие используется для обозначения позиции человека, отстаивающего свою правоту без каких-либо оснований, навязывающего своё мнение окружению, не разбираясь в вопросе, желая показать своё превосходство и продемонстрировать определённую степень осведомлённости.

Термин «populismo» также необходимо отличать от выше упомянутого и родственного ему понятия «postureo», которое называет показное поведение в корыстных целях, не являющееся отражением действительных убеждений. Ярким примером «postureo» явилось появление на заседании Конгресса депутата от партии Podemos Каролины Бесканса с младенцем на руках.

Ещё один важный концепт, появившийся в медийном дискурсе в 2016 году, существительное «posverdad» (постправда). Оно стало словом года в Великобритании, по мнению составителей Оксфордского словаря: «слово описывает обстоятельства, в которых объективные факты менее важны для формирования общественного мнения, чем обращение к эмоциям и личным убеждениям». Концепт «posverdad» родился именно в эпоху развития массовых коммуникаций, когда истина становится менее важной, уступая свою значимость разного рода оценкам и интерпретациям субъективного, а не объективного толка. В 2016 году это слово стало особенно актуальным и часто употребляемым в дискурсивном пространстве на фоне референдума о членстве Великобритании в ЕС и выборов президента США.

Также в испанском медийном дискурсе появился новый концепт «sorpasso» (прорыв, опережение, превышение, преодоление), пришедший из итальянского языка. Его активному употреблению способствовали социальные ожидания возможной электоральной победы с большим отрывом Объединённых Подemos (Unidos Podemos) над Народной партией (Partido Popular) при повторных выборах в мае 2016.

Термином «abstenciocracia» стали обозначать новое политическое явление, связанное с массовым неучастием в голосовании, которое нередко приводит к непредсказуемым результатам. В частности, в 2016 году это можно было наблюдать при проведении референдума в Великобритании о членстве в ЕС, голосования в Венгрии по вопросу соответствия миграционной политики ЕС национальному законодательству, плебисцита в Колумбии, который должен был поставить точку в 50-летней войне властей с радикальной повстанческой группировкой FARC (Революционные вооружённые силы Колумбии, РВСН), на выборах в ряде государств Евросоюза.

Таким образом, процесс обновления и расширения концептосферы медийного дискурса происходит постоянно и представляет собой своего рода

ответную реакцию на эволюцию мировых политических процессов, развитие общества и его институтов, появление новых социально-культурных факторов. Медийный дискурс, который отражает состояние языка в определённую культурно-историческую эпоху, первым реагирует на подобные события, создавая, фиксируя и тиражируя новую лексику и новые концепты. Неологизмы называют новые реалии, заполняя собой языковые лакуны. Динамика языкового развития в рамках дискурсивного пространства масс медиа, на наш взгляд, является объектом, подлежащим детальному изучению с целью адекватного анализа сложившейся в регионе политической ситуации.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА

1. ROMERO GUALDA, M.V., 1993: *El español en los medios de comunicación*. – Madrid, Arco/Libros.
2. АРУТЮНОВА, Н.Д., 1990: «Дискурс». *Лингвистический энциклопедический словарь* / под ред. В.Н. Ярцева, М.
3. ЛАРИОНОВА, М.В., 2015: *Испанский газетно-публицистический дискурс: искусство информации или мастерство манипуляции?: монография* / Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России, каф. испанского языка. М., МГИМО-Университет.
4. ЛАРИОНОВА, М.В., 2010: «Россия и Испания в зеркале газетно-публицистического дискурса: метафоры и стереотипы». *Вестник МГИМО-Университета*, №2 (11), сс. 247-254.
5. ЛАРИОНОВА М.В., 2015: «Типология испанского газетно-публицистического дискурса: лингвокогнитивные параметры». *Политический дискурс в парадигме научных исследований* / II Международная научно-практическая конференция. Тюмень, Тюменский государственный университет, Институт филологии и журналистики, сс. 92-104.
6. ЛАРИОНОВА М.В., 2011: «Язык и политика в коммуникативном пространстве испанского политического дискурса». *Вестник МГИМО-Университета*, №2, сс. 215-220.
7. СЛИВЧИКОВА Ю.В., 2016: *Прагмалингвистические характеристики вестиментарного описания в газетно-публицистическом дискурсе (на материале испанского языка)* / дис. ... канд. филол. наук. М., 176 с.
8. ШЕЙГАЛ Е.И., 2004: *Семиотика политического дискурса*. М., ИТДГК «Гнозис», 326 с.