

## Деструктивный экономический медиадискурс: опыт анализа русских и зарубежных СМИ

Хуонг Тхи Тху Чанг<sup>1</sup>, К. Е. Барабошкин<sup>2</sup>, А. Б. Нургазина<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Вьетнамский национальный университет, Ханой,  
Вьетнам, 000084, Ханой, ул. Суан Тхуи, 144

<sup>2</sup> Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова,  
Российская Федерация, 119991, Москва, Ленинские горы, 1

<sup>3</sup> Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева,  
Казахстан, 010000, Астана, ул. Сатпаева, 2

**Для цитирования:** Хуонг Тхи Тху Чанг, Барабошкин К. Е., Нургазина А. Б. (2023). Деструктивный экономический медиадискурс: опыт анализа русских и зарубежных СМИ. *Медиалингвистика*, 10 (4), 554–567. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.407>

Новостной экономический массмедийный дискурс России, Вьетнама, Китая и Казахстана активно использует агрессивные вербальные стратегии для конструирования ярко выраженного негативного образа мишени, которая противостоит, по мнению правительств этих стран, национальным интересам. Цель статьи — рассмотреть лингвистические компоненты деструктивной направленности в экономическом медиадискурсе России, Вьетнама, Китая и Казахстана. Объектом исследования является экономический новостной медиадискурс вышеуказанных стран. Предмет исследования — лингвистические компоненты деструктивного характера, используемые в экономическом медиадискурсе России, Вьетнама, Китая и Казахстана. Научная новизна обусловлена проработкой ранее не рассматриваемого современного речевого материала, который позволяет судить о направлениях целенаправленной трансформации мировоззренческой парадигмы потенциальной целевой аудитории с продвижением четких обновленных параметров принятия/неприятия экономической ситуации в стране и/или вокруг нее. Актуальность исследования предопределена тем, что экономический медиадискурс России, Вьетнама, Китая и Казахстана ранее представлял собой научно-исследовательскую лауну. Сценарный подход в исследовании использован в реконструктивном лингвомоделировании деструкции в современных экономических медиа в ситуации доминирования цифровой коммуникации. Коммуникативные акторы в экономическом медиадискурсе анализируются через систему мотивов, создающих условия для успешной реализации таргетированной персуазивности. Моделируемая трансформация базовых ценностей экономического пространства в структуре фоновых знаний опирается на ассоциативные ряды интерпретации, которые зависят от включенности предполагаемых реципиентов в тот или иной информационный фон, подвергающийся деструктивному воздействию. Результаты исследования базируются на инспективном анализе деструктивных компонентов в экономическом медиадискурсе вышеуказанных стран. В ходе работы определены частотные манипулятивные деструктивные элементы в экономическом медиадискурсе, которые направлены на трансформацию стандартов общественных реакций при публичном освещении проблем экономики и финансов.

*Ключевые слова:* экономический медиадискурс, виды агрессии, деструктивные компоненты, деструктивная манипуляция.

## Постановка проблемы

Обострение современной информационно-психологической войны заставляет реципиентов медиадискурса больше обращать внимание на экономическую составляющую жизни общества, апеллируя к базовым потребностям человека, провозглашенным еще в античное время как «Хлеба и зрелищ!». Исследователи сходятся во мнении о том, что деструкция является психолингвистическим маркером реализации антиутопических идей развития человеческой цивилизации, когда вербальная агрессия становится главенствующим способом достижения сугубо прагматических целей с помощью манипулятивных приемов массмедиа [Вайнрих 1987; Дускаева, Салимовский 2020]. Сам термин «деструкция», несмотря на популярность, до конца не является разработанным в современной терминологии. Использование деструктивных языковых средств в экономическом медиадискурсе является весьма эффективной манипулятивной стратегией, при которой «мишенью манипулятивного воздействия» становится «интерес адресата к познанию», определяемый «как эксплуатация интереса к сопутствующей информации» [Сергеева 2018: 486]. Сам термин «деструкция» является многозначным. В лингвистике он связан с психологией творчества, в которой деструкция определяется как разрушение стандарта и/или стереотипа, что позволяет появившемуся качеству включаться в новые контексты [Деррида 2000: 182]. По мнению Ф. Г. Фаткуллиной, «деструкция — это процесс, направленный в сторону превращения сложной структуры в простую, от многообразия к единообразию, от жизни к смерти, аннигиляции» [Фаткуллина 2010: 58]. Далее исследователь, аккумулируя достижения разных научных направлений, приходит к обоснованному выводу, что само понятие деструкции характеризуются «следующими существенными признаками...:

— членение, разрушение, изменение, деформация каких-либо объектов и, как результат деструкции, уничтожение;

— любое изменение структуры чего-либо под воздействием различных сил (механических, физических и т. п.) и невозможность выполнения объектом ранее присущих ему функций;

— разрушение объекта под воздействием температуры, химических элементов, природных явлений, амортизации и т. д., воспринимаемое как его саморазрушение» [Фаткуллина 2010: 59].

Коррекция методов агрессивной экономической пропаганды с конструированием действенного механизма экспансии «языка вражды» с помощью массмедиа началась уже в период Первой мировой войны под влиянием резкой поляризации общественных оценок в рамках дихотомии «свой — чужой» [Karabulatova, Kattsina 2021: 294]. При этом рост социальной напряженности в СМИ этого времени шел в геометрической прогрессии, поскольку перед лидерами общественного мнения стояла нетривиальная задача: как можно больше удержать в своем поле влияния реципиентов [Недоступов 2018].

Приемы агрессивной пропаганды были востребованы в период Второй мировой войны и в разгар холодной войны, знаменуя собой характер противостояний между США и Вьетнамом, между Китаем и Японией, между Россией, Казахстаном и Западом в целом, что создало уникальные вербальные способы противодействия деструкции, насаждаемой инициаторами «цветных революций» [Karabulatova

2020: 5]. Деструктивная манипуляция проявляется в интернет-коммуникации и массмедиа, особенно востребованной становится тактика спиндокторинга, которая нацелена на упрощение изложения событий с учетом явного или скрытого усиления позиций информационного выгодоприобретателя в условной целевой аудитории [Быкова 2016: 92–100]. Изложение негативных событий в экономическом медиадискурсе сопряжено с позицией «спиндоктора», который «в классическом понимании считается политическим манипулированием посредством массмедиа» [Погоцкий, Соловьев 2016: 37]. Нельзя не согласиться с исследователями, что сама по себе технология спиндокторинга ориентирована на активное применение персуазивных методов и технологий, среди которых особое место занимает публикация искаженной и/или ложной информации деструктивного характера с целью негативизации психоэмоционального состояния у потенциального реципиента с помощью мультимодальных и поликодовых средств вербального, невербального и паравербального характера [Zhang et al. 2023]. Многообразие приемов целенаправленного воздействия при спиндокторинге ориентировано на создание заведомо смоделированных психоэмоциональных настроений и целевых установок, как правило, негативного характера, у аудитории.

## История вопроса

Ситуация обостренной информационной войны гибридного типа актуализировала интерес к исследованиям по персуазивности [Адамка 2019; Байкулова 2017; Циманов-Сосин, Циманов, Чехановский 2022], манипуляции [Горячев 2016; Колмогорова, Горностаева 2021], деструкции [Карабулатова, Копнина 2022; Фаткуллина 2010] в синергетическом ключе для описания провокативных приемов современной конфликтологии [Ворошилова 2019; Голев, Обелюнас 2014; Глотова, Садовская, Садовская 2019].

Как подчеркивают ученые, экстралингвистический контекст акцентирует ярлычную риторику ненависти [Копнина 2020] для моделирования поляризации настроений у целевой аудитории [Карпухина, Шабалин 2022], создавая девиантно-ориентированные речеповеденческие шаблоны, составляющие феномен социальной шизофрении в потенциально опасных текстах [Karabulatova 2020: 1–10].

Последователи западноевропейской лингвистической школы дискурсивных стратегий и конфликтогенных моделей термин «вербальная агрессия» понимают как предумышленное и искусное применение языковых и речевых средств для осознанного формирования отрицательной ответной реакции у реципиентов, в особенности у подростков и молодежи [Hong, Pakirathan, Ling 2020]. Хотя вроде бы типологическая сетка конфликтного поведения К. Томаса — Р. Киллмана [Kilmann, Thomas 1977] была признана не особо эффективной [Мельничук 2021], тем не менее именно она широко используется как базовый инструмент для усиления лабильности психоэмоциональной сферы реципиента в сторону актуализации деструктивных элементов в современной гибридной информационной войне через раскачку «оценочных качелей», искажая картину мира целевой аудитории.

Китайские исследователи отмечают приоритет символизма и эстетики традиционной китайской культуры в экономическом медиадискурсе с упрощением передачи ценностей китайской духовной культуры [Цао Вэй, Гао Цзюнь 2007: 118].

По мнению М. А. Мачулко, вульгарное понимание стереотипов китайской культуры пронизывает рекламный дискурс [Мачулко 2019], что также становится благодатной почвой для формирования деструкций в обществе. Анализ импликатур позволил российским [Дорохова 2020; Тарасевич 2008], казахстанским [Кузнецова, Сультарнаева 2015] и китайским исследователям [Нин Цзимин 2014; Чжоу Дуаньминь 2005] говорить о лингвоэкономике со ссылкой на работу израильского ученого А. Рубинштейна «Экономика и язык» [Rubinstein 2000].

Существуют межкультурные особенности в освещении темы финансового благополучия в русской, китайской, вьетнамской и казахской лингвокультурах. В китайском социуме тема денег не является запретной, поэтому китайцы спокойно обсуждают темы зарплат, денег, богатства [Глушкова, Нуриева 2017], определяя тему финансов как одну из этикетных в общении. Словарь неологизмов китайского языка в 2013 г. в значении слова 土豪 (*tǔháo*) «нувориш» отметил дополнительный оценочный компонент — «состоятельный, но малокультурный человек» [Хоу Мин 2013: 25], что иллюстрирует появление эмотивной оценочности в восприятии богатства.

Аналогичная ситуация наблюдается и во вьетнамском обществе, что подчеркивает сохранность буддистско-конфуцианских понятий в фоновых знаниях народов Вьетнама и Китая. Во вьетнамской культуре отношение к деньгам и богатству под влиянием буддизма также сформировалось достаточно спокойное, без стигматизации [Kwon 2007], ставят во главу угла отношение к труду и честно заработанным деньгам [Динь Суан Нам, До Куанг Хынг 2020]. Как подчеркивает вьетнамский исследователь Т. Л. Ты [Ты Тхи Лоан 2022], вследствие устойчивости культурных традиций во Вьетнаме многие аналитические ниши оказались незанятыми, а комплексные исследования до сих пор остаются новыми для вьетнамской науки. В связи с этим страны Азиатско-Тихоокеанского региона столкнулись с новой информационной угрозой, разворачивающей отношение к деньгам и финансовому благополучию в диаметрально противоположную плоскость: от азиатского спокойствия к западной агрессивности.

В то же время концепт «деньги» в русской лингвокультуре достаточно сильно стигматизирован, что нашло свое отражение в поговорках [Бредис 2019]. По данным ассоциативных реакций, приведенных Н. В. Кольцовой и Н. Л. Чулкиной на основе анализа ассоциативных словарей, концепт «богатство» обладает мощным негативным имплицитным значением в русском языковом сознании, четко образуя связь с обозначением зла как такового, что связывается с нормами христианской морали [Кольцова, Чулкина 2023: 52–53].

При этом в казахском языковом сознании базовая ценность «богатство» отмечена позитивными коннотациями, поскольку в традиционной казахской картине мира аскетизм и отказ от богатства никогда не признавались в качестве социально одобряемого поведения [Мырзагалиева 2017].

Однако все рассматриваемые лингвокультуры продвигают важность трудолюбия и дисциплины в достижении успеха и богатства.

## Описание методики исследования

При всех отсылках к традиционной культуре тема финансового благополучия является отражением одной из базовых потребностей человека. В связи с этим

важно представить сравнительно-сопоставительный анализ деструктивных проявлений в современном экономическом новостном медиадискурсе России, Вьетнама, Китая и Казахстана, направленном на отражение общих стратегий в отношении стигматизированной в мировом сообществе дихотомии «богатство и бедность».

Материал извлечен из русскоязычных СМИ вышеуказанных стран с учетом этнопсихолингвистических особенностей с помощью сплошной выборки. Синергетический подход стал ведущим методологическим принципом анализа с фокусом на сочетании элементов когнитивно-прагматического и коммуникативного анализа [Shermer 2015; Sjästad, Baumeister, Ent 2020]. Тематика деструктивных сообщений была определена, исходя из отображения провокативных событий в сфере экономики и финансов России, Вьетнама, Китая и Казахстана, обладающих потенциальной социальной опасностью и особенно остро воспринимающихся целевой аудиторией.

Дискурс-анализ был направлен на расшифровку интерпретационной игры со смыслами на оси «богатство — бедность», которая нацелена на усиление конфликтогенности восприятия публикаций о финансах вследствие экономических санкций, усугубление разнообразных социально-экономических и военно-политических ситуаций из-за противостояния России и недружественных стран, из-за необходимости четкого обозначения политических позиций для стран-партнеров (Китай, Вьетнам, Казахстан), разных этнолингвокультурных посылов относительно базовых концептов в фоновых знаниях лингвокультур народов этих стран. Эти дискурсы, несомненно, не просто усугубляют геополитические проблемы, но и ставят необходимость проанализировать конфликтогенность эмотивной тональности публикаций экономического медиадискурса с определением поляризации оценок. В связи с этим концептуальной идеей исследования стало выявление многогранной природы феномена деструктивного восприятия новостных публикаций финансового характера, вызывающих у реципиентов когнитивный диссонанс, влекущий за собой девиантные формы поведения. Использование дискурсивного анализа было направлено на выяснение причин психологического дискомфорта у акторов экономического медиадискурса, их ключевые мишени, а также на выявление лингвистических маркеров создания деструктивного восприятия у потенциального реципиента.

Использование элементов когнитивного анализа помогло обосновать наши теоретические концепции о необходимости выделения основных и периферийных особенностей понятий концептуального пространства «финансовое благополучие», составляющего основную тематику публикаций новостного лингвоэкономического дискурса, что помогло прояснить масштабы деструктивного диссонанса и возможные способы его выражения.

Основные методы коммуникативного анализа были направлены на выявление специфики коммуникативного воздействия в рамках экономического медиадискурса, осуществляемого его акторами (экономическими журналистами, экспертами и т. д.).

Таким образом, совокупность методов выступает не как техническое создание конгломерата, но как использование методов названных научных парадигм для поступательного выполнения исследовательских задач, направленных на достижение поставленной цели.

## Анализ материала и результаты исследования

Психолингвистическое воздействие деструкции базируется на скрытой эмоциональной оценочности коннотата. Нельзя не согласиться с И. В. Арнольд, которая включает в коннотацию как эмоционально-оценочные, так и экспрессивно-стилистические компоненты [Арнольд 1990: 105–106]. Комбинация этих компонентов позволяет «жонглировать» смыслами, направляя вектор восприятия по заданному направлению в сторону деструкции и/или ее преодоления.

Активное использование **негативно-оценочных метафор** ярко прослеживается в период российско-европейского противостояния на Украине в феврале 2022 г.: с *голым торсом на паровоз* (экономист-эксперт С. Алексашенко об аресте активов ЦБ РФ за рубежом, «Новая газета», 04.03.2022), *околонулевые цены* (РИА Новости, 16.05.2020), *околонулевая динамика ВВП* («Ведомости», 01.07.2022), *финансовая ядерная бомба* (Минфин о санкциях против России, РБК, 23.06.2022), *великая экспроприация* (об изъятии финансовых активов России за рубежом, Дзен-канал «Оборона страны», 24.03.2022), *грязные деньги России* (британский парламент о российских гособлигациях на Западе, РБК, 21.05.2022), *криминальная валюта* (Лента.ру, 02.03.2018).

Другим важным фактором является **категоричность, поляризация** высказываний. Следует отметить, что европейские и российские СМИ более категоричны, чем вьетнамские, казахские или китайские [Барабошкин 2012; Чан Тхи Тху Хьюнг 2021; Церцвадзе 2017]. Это обстоятельство, на наш взгляд, связано с особенностями восточного менталитета и принципа «держатъ лицо» в азиатских культурах [Карабулатова, Лагуткина 2021]. Например: **Шоковая девальвация китайской валюты на прошлой неделе вызывает следующие вопросы: является ли Китай растущим гигантом XXI века, способным обогнать Соединенные Штаты по богатству и военной мощи? Или это картонный домик, готовый рухнуть?** (Игорь Питерский, ЖЖ, 26.08.2019). В то же время вьетнамские СМИ акцентируют внимание только на достижениях вьетнамской экономики: **Под разумным руководством Центрального Комитета партии, с девизом действия «Солидарность, дисциплина, проактивная адаптация, безопасность и эффективность, восстановление и развитие», правительство решительно сотрудничало со всей страной в преодолении трудностей, добившись многих положительных результатов во всех областях, заложив фундамент на 2023 и последующие годы** (Вьетнам преодолел экономические трудности, Vietnam+, 02.01.2023), — сохраняя советскую риторику с преобладанием позитивно окрашенной лексики.

Когда мы рассматриваем современный геополитический дискурс, то обнаруживаем усиление **поляризации оценок**, которые оказывают существенное влияние на экономические процессы и на их позиционирование в массмедиа. В нем используются как деструктемы, так и конструктемы [Карабулатова, Копнина 2022: 365]: первые представляют собой речевые единицы, соответствующие минимальным смысловым сегментам и направленные на информационный сбой и когнитивное искажение смысла (деструктемы); вторые — на гармонизацию воспринимаемой информации (конструктемы).

Следующим фактором формирования деструктивности является **стигматизация темы экономического благополучия и стабильности** в российском обществе, которая приводит к постоянной акцентуации на негативе с формированием недо-

верия к социально-экономическим успехам у целевой аудитории. Например: *Экономическое чудо набравшего за четыре десятилетия силу Китая, его стремительное возвышение (достигнутое при активном участии иностранных инвесторов) стало настораживать и в определенный момент привело к негативной реакции самих Соединенных Штатов* («Независимая газета», 25.06.2019); По мнению известного эксперта, специализирующегося на изучении «китайского экономического чуда», Дж. Нейсбита, «в России **правительство пытается пробудить** в людях инициативу», в то время как в Китае об этом уже говорят 30 лет («Аграрный вестник Урала», 01.03.2019).

Использование деструктив в сфере экономики и финансов актуализирует социальные, межличностные и внутриличностные конфликты, поскольку деньги представляют собой социокультурный феномен с присущими ему лингвострановедческими особенностями [Хуонг Тхи Тху Чанг, Кенжетаева, Кривенко 2022].

Важное место в деструктивном экономическом медиадискурсе занимает **дискредитация конкурентов с созданием ярко выраженного негативного образа** у потенциального клиента. Такое позиционирование характерно для китайского экономического медиадискурса, жестко демонстрирующего отношение к геополитическим конкурентам Китая в сфере экономики, не давая усомниться в правильности выбранного экономического пути КНР. При этом достижения Китая в социально-экономической сфере позиционируются как результаты мирового уровня. Например: *Председатель КНР Си Цзиньпин объявил о полной победе над абсолютной нищетой* (Китай объявил о полной победе над абсолютной бедностью, РИА Новости, 25.02.2021); *Китай победил бедность не с помощью подачек, а ростом экономики* («Свободная пресса. Китай сегодня», 26.02.2021).

Деструктивный экономический медиадискурс учитывает этносоциокультурные особенности с использованием специфических маркеров, среди которых особое место занимают:

1) понятные в конкретной лингвокультуре «говорящие» обозначения (типа бумажный тигр), например: *Трамп — «бумажный тигр» на встрече с Си Цзиньпином* (Guancha, 08.04.2017); *Тигры, лисы и мухи в клетках: как Китай борется с коррупцией* (Новости Ленобласти, 10.12.2018);

2) так называемые «говорящие» обозначения, например: *Уплата налогов путлеровскому государству как финансирование терроризма и репрессий* (Oldgoro, ЖЖ, 17.02.2020);

3) лозунговые конструкции, использующие противопоставление поддержки (предлог **за**) и отрицания (предлог **против**), типа: *За экономическую свободу — против произвола!* («Русские онлайн», 16.06.2021); *В Казахстане проходит согласованный митинг в поддержку Украины и против российской агрессии* (tjournal.ru, 06.03.2022);

4) призывы, например: *Не хватает денежных средств (...) поменьше ешьте* (И. В. Гаффер); *Не ходите. Это обман. Не ходите и не признавайте себя мебелью* (А. А. Навальный\*); *Идите на свет: Россияне годами скрывали свои доходы* (Лента.ру, 19.12.2020);

5) негативно-оценочная лексика, например: *Москва готовилась к жизни в осажденной крепости последние 8 лет; Санкции Запада против России уже бьют по*

\* Внесен Росфинмониторингом в реестр террористов и экстремистов.

Казахстану (Караван.KZ, 07.03.2022); Выбор Фургала губернатором края является «кидаловом», он должен был быть **спойлером** (tjournal.ru, 15.07.2020); **шоковая девальвация** китайской валюты (Игорь Питерский, ЖЖ, 26.08.2019). Негативная оценка зачастую передается с помощью метафор и метафорических сравнений: Москва — **осажденная крепость, санкции бьют**.

Этносоциокультурные особенности отражают концептуальные ценности в языковой картине мира целевой аудитории.

Деструктивный компонент в экономическом медиадискурсе активно использует **некооперирующие стратегии**, которые создают у реципиентов дискомфорт в коммуникации. Например: *Аналитики уверены, что это дело указывает на **разгул коррупции во Вьетнаме*** (Международный антикоррупционный портал, 10.09.2017); *От «Асептолина» до оделокона: кто **сплавает** российский народ?* (Международный антикоррупционный портал, 11.02.2022); *23 июня во время совещания в Нур-Султане по вопросам выборов сельских акимов президент Казахстана Касым-Жомарт Токаев высказался о своем видении борьбы с **коррупцией**, чем **вызвал недоумение** у общественности* (радио «Азаттык», 29.06.2021).

Некооперирующие стратегии в последнем примере соединяют два взаимонаправленных процесса: Токаев — план *борьбы с коррупцией*, при этом акиматы демонстрируют отказ и неприятие. Как правило, мы видим объявление проправительственной риторики, в то время как критика государственного курса отсутствует, она лишь пунктирно обозначается (*недоумение общественности*). В примере, характеризующем ситуацию во Вьетнаме, используется умолчание. Мы видим лишь констатацию: *аналитики уверены* о наличии коррупции во Вьетнаме. Однако примеры отсутствуют, как и отсылки на имена аналитиков.

Деструктивное восприятие моделируется в системе координат «победа — провал — победа», «убыток — прибыль — убыток». При этом внимание акцентируется на конфликтной коммуникации с речевой агрессией по отношению к объекту или субъекту. Например: «*Путин, Гаага, тюрьма!*» и «*Токаев, не молчи!*». В Алматы прошел масштабный митинг против военной агрессии России (радио «Свобода»\*, 06.03.2022); *Россия произвела выстрел по финансовой системе НАТО, ответив эффективными мерами на западные санкции* (РИА Новости, 06.07.2022). Речевая агрессия реализуется посредством использования тактик:

– ярко выраженной негативной оценки: *На фоне Сонного Джо выглядит **наркоманом на измене*** (ИноСМИ, 11.01.2022); *Как же **бесит** эта **финансовая жопа!** Когда живешь в постоянных подсчетах: «**Это купила, за это заплатила, хорошо бы в этом месяце **три копейки выкроить** на маленький ништячок себе или близким**». Пробовала экономить, больше работать, меняла работы и даже мужей. Эффекта ноль («Люди говорят: формируем мнения»);*

– оскорбления: *Китай — это **бумажный тигр**. Это **карточный домик, готовый рухнуть*** (Игорь Питерский о финансовом благосостоянии Китая, ЖЖ, 26.08.2019);

– обвинения: *По нашей информации, **Россия ворует зерно, хранящееся в оккупированных Херсонской и Запорожской областях, и отправляет его в третьи страны*** (Ukrnews, 23.06.2022);

---

\* Общество с ограниченной ответственностью «Радио Свободная Европа / Радио Свобода» внесено в Реестр иностранных агентов.



– иронии: *От этого нужно избавляться, сколько там часов должно висеть на стене, зеркал, еще хорошо не говорят, какого уровня чиновники какого цвета трусы должны надевать и другое нижнее белье, понимаете, вот это уже смешно. Такая избыточная регламентация всего и вся бессмысленна и вредна* (В. В. Путин);

– обесценивания: *Доллар США можно сравнить с **хромой уткой*** (Фрэнк Джустра).

Психолингвистическая аура деструкции в массмедиа направлена на моделирование конфликтной, неоднозначной ситуации, которая, как правило, в той или иной степени может регулироваться делами судебного права в аспекте определения контура оскорбления, защиты чести, достоинства и деловой репутации, а также выявления клеветы и заведомо ложной информации в экономическом медиадискурсе [Бородулина 2007; Дорохова 2020; Тарасевич 2008].

Так, на основе исследуемых материалов приходим к предварительному выводу, что для вьетнамского экономического медиадискурса характерно использование конструктивом, для китайского — конструктивом и деструктивом, для казахстанского — деструктивом и конструктивом, а для российского — преобладание деструктивом.

## Выводы

Деструктивный экономический медиадискурс используется в средствах массовой информации с целью формирования определенных образов, мнений и настроений в отношении экономических вопросов. Они могут использоваться как для достижения коммерческих целей (привлечение внимания аудитории к новостям), так и для политических или идеологических целей (критика текущей экономической политики, дискредитация определенных экономических мероприятий и др.). Деструктивный экономический медиадискурс обладает высокой степенью конфликтности и может влиять на мнение и поведение людей. В силу стигматизации тематического пространства экономического благополучия этот тип дискурса обнаруживает существенные лакуны, иллюстрируя пространство информационной уязвимости. Эта неразработанность используется идеологическими противниками для формирования негативных настроений в обществе, трансформируя в отрицательный план геополитический имидж государства. Вместе с тем позиционирование лингвоэкономики как отдельной научной дисциплины подчеркивает значимость языка для усиления и/или ослабления экономики, поскольку цифровая революция выдвинула на передний план виртуальное представление о мире с помощью слова.

## Литература

- Адамка, П. (2019). Лингвистическая рефлексия интенциональности словацкого медиадискурса. *Медиалингвистика*, 1 (6), 75–86.
- Арнольд, И. В. (1990). *Стилистика современного английского языка. Стилистика декодирования*. М.: Просвещение.
- Байкулова, А. Н. (2017). Персуазивные прогнозы и сценарии в массмедийном политическом дискурсе (функции и средства выражения). *Медиалингвистика*, 1 (16), 31–39.
- Барбошкин, К. Е. (2012). *Китайский язык: переговоры по телефону*. М.: Живой звук.
- Бородулина, Н. Ю. (2007). *Метафорическая репрезентация экономических понятий как объект семиотического анализа*. Тамбов: Грамота.
- Бредис, М. А. (2019). *Человек и деньги: очерки о пословицах русских и не только*. СПб.: Петербургское востоковедение.
- Быкова, Е. В. (2016). Речевые тактики спиндокторинга в политическом медиадискурсе. *Медиалингвистика*, 2 (12), 92–100.

- Вайнрих, Х. (1987). Лингвистика лжи. В В.М.Сергеев (Ред.), *Язык и моделирование социального взаимодействия* (с. 44–87). М.: Прогресс.
- Ворошилова, М. Б. (2019). Действуй: интерпретация креолизованных текстов в практике судебной экспертизы. *Медиалингвистика*, 6 (2), 242–250. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2019.208>
- Глотова, Ж. В., Садовская, Т., Садовская, М. (2019). Язык вражды в современном мире. *The Caucasus. Economic and social analysis journal of Southern Caucasus*, 3 (30), 6–8.
- Глушкова, С. Ю., Нуриева, Л. Ф. (2017). Китайское отношение к деньгам и его проявление в неологизмах китайского языка. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 8-2 (74), 92–95.
- Голев, Н. Д., Обелюнас, Н. В. (2014). Лингвоконфликтология, или лингвистическая конфликтология. В А. П. Сковородников (Ред.), *Эффективное речевое общение (базовые компетенции)* (с. 279–280). Красноярск: СФУ.
- Горячев, А. А. (2016). Воздействие или манипулирование? [Рец. на кн.: Л. В. Балахонская, Е. В. Сергеева. Лингвистика речевого воздействия и манипулирования: учеб. пособие. М.: Флинта; Наука, 2016. 352 с.]. *Медиалингвистика*, 3 (13), 127–130.
- Деррида, Ж. (2000). *О грамматологии*. М.: Ad Marginem.
- Динь Суан Нам, До Куанг Хынг (2020). Концепт ТРУД в русском и вьетнамском языках. *Известия Российской военно-медицинской академии*, 3-1 (39), 30–33.
- Дорохова, Н. И. (2020). Современные подходы в лингвоэкономике: отечественный и зарубежный опыт преподавания английского языка. *Евразийский союз ученых*, 6-7 (75), 38–41.
- Дускаева, Л. Р., Салимовский, В. А. (2020). Текст и стиль: в поисках моделей журналистской профессиональной речевой деятельности. *Вестник Московского университета*, 6, 41–76.
- Зарубина, Н. Н. (2011). *Деньги как социокультурный феномен*. Москва: Анкил.
- Карабулатова, И. С., Лагуткина, М. Д. (2021). Образ Китая в лингвоинформационной модели современного медиадискурса (на материале русских и китайских СМИ). *Вестник Северного (Арктического) федерального университета*, 21 (4), 40–53.
- Карабулатова, И. С., Копнина, Г. А. (2022). Лингвистическая параметризация деструктивного массмедийного текста: к постановке проблемы. В Л. Р. Дускаева (Ред.), *Медиалингвистика. Вып. 9. Язык в координатах массмедиа: мат-лы VI Междунар. науч. конф., Санкт-Петербург, 30 июня — 2 июля 2022 г.* (с. 364–367). СПб.: Медиапапир.
- Карлукшина, В. Н., Шабалин, А. Д. (2022). Политически корректный дискурс The Guardian: прагматология языковых игр в лингвоэкологическом аспекте. *Человек: образ и сущность. Гуманитарные аспекты*, 4 (52), 115–136.
- Колмогорова, А. В., Горностаева, Ю. А. (Ред.) (2021). *Вербальные маркеры манипуляции в англоязычном поляризованном политическом дискурсе: опыт параметризации и автоматической поляризованном политическом дискурсе: опыт параметризации и автоматической обработки*. Красноярск: СФУ.
- Кольцова, Н. В., Чулкина, Н. Л. (2023). Трансформация концептуального пространства «богатство» с конца XX века и до наших дней. *Вопросы психолингвистики*, 1 (55), 50–68.
- Копнина, Г. А. (2020). Речевое сопротивление навешиванию политических ярлыков как способ защиты в информационно-психологической войне. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 11 (13), 248–253.
- Кузнецова, И. Н., Сулькарнаева, А. Р. (2015). Проблемы терминологии в русском языке XXI века. *Вестник Кокиетауского государственного университета им. Ш. Уалиханова. Серия филологическая*, 3–4 (1), 69–77.
- Мачулко, М. А. (2019). Вербальные средства создания положительной оценки в рекламном дискурсе на китайском языке. В Е. В. Сенина (Ред.), *Китайский язык: актуальные вопросы языкознания, переводоведения и лингводидактики: сб. ст. науч. конф.* (с. 80–87). М.: МГИМО.
- Мельничук, А. С. (2021). Опросник К. Томаса — Р. Килманна: уязвимости диагностического инструмента. *Вестник ЯрГУ. Гуманитарные науки*, 4 (15), 630–637.
- Мырзагалиева, А. С. (2017). Актуализация концептуальной оппозиции «богатство — бедность» в языковой картине мира (на материале казахских и русских пословиц и поговорок). В А. А. Коротких (Ред.), *Современные проблемы и перспективные направления инновационного развития науки: сб. мат-лов Междунар. науч.-практ. конф.* (с. 56–59). Нижний Новгород: Большая книга.
- Недоступов, Д. А. (2018). Нарастание социальной напряженности в ходе Первой мировой войны в периодической печати. *Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета*, 2 (46), 45–50.
- Нин Цзимин (2014). *Распространение китайского языка в мире: экономический анализ и предложение в отношении школ Конфуция*. Пекин: Commercial Press.

- Погоцкий, К. Э., Соловьев, П. Л. (2016). Спиндокторинг как технология защиты интересов организации в медиапространстве. В С. В. Дубовик (Ред.), *Корпоративные стратегические коммуникации* (с. 36–52). Минск: БГУ.
- Сергеева, Е. В. (2018). Особенности манипулятивного приема «эксплуатация интереса к сопутствующей информации» в рекламном дискурсе (на материале раздела «Порядок вещей» в журнале Story). *Медиалингвистика*, 4 (5), 484–493. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2018.408>
- Тарасевич, Т. М. (2008). *Функции экономической терминологии в структуре рекламного дискурса*. Омск: ОмЭИ.
- Ты Тхи Лоан (2022). Культурный капитал и развитие культурных индустрий во Вьетнаме. *Вьетнамские исследования*, 2 (6), 68–81.
- Фаткуллина, Ф. Г. (2010). Концепт «деструкция» и его представления в русском языке. *Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранный языки и методика их преподавания*, 3, 57–66.
- Хуонг Тхи Тху Чанг, Кенжетаева, Г. К., Кривенко, Г. А. (2022). Пенияфобия как основа деструкции в современном экономическом дискурсе: на материале масс-медиа стран Азиатско-Тихоокеанского региона. В Л. Р. Дускаева (Ред.), *Медиалингвистика. Вып. 9. Язык в координатах массмедиа: мат-лы VI Междунар. науч. конф., Санкт-Петербург, 30 июня — 2 июля 2022 г.* (с. 392–395). СПб.: Медиапапир.
- Хоу Мин (2013). *Китайские новые слова*. Пекин: Commercial Press.
- Чан Тхи Тху Хьонг (2021). Вьетнамские пословицы и поговорки и их русские аналоги. *Sciences of Europe*, 4 (67), 36–47.
- Чжоу Дуаньминь (2005). *Рамки анализа языка экономики*. Пекин: Commercial Press.
- Цао Вэй, Гао Цзюнь (2007). *Guanggao yuyan jiaocheng (Курс языка рекламы)*. Гуанчжоу: Университет Цзинань.
- Церцвадзе, М. Г. (2017). Выражение когнитивной оппозиции паремиях концептов «жадность» и «щедрость» в русской и казахской паремиях. *Евразийский союз ученых*, 12–3 (45), 31–33.
- Циманов-Сосин, К., Циманов, П., Чехановский, М. (2022). Реклама как пример медиальной персуазии с использованием современных типов нарратива. *Медиалингвистика*, 2 (9), 126–139. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2022.204>
- Karabulatova, I. (2020). Possibilities of artificial intelligence in assessing the impact of potentially dangerous texts in modern news discourse: problem of statement. In *SHS Web Conf. Vol. 88, 01001. International Scientific Forum “Issues of Modern Linguistics and the Study of Foreign Languages in the Era of Artificial Intelligence (dedicated to World Science Day for Peace and Development)” (LLT Forum 2020)*. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20208801001>
- Karabulatova, I. S., Kattsina, T. A. (2021). Features of the manipulative style of the Siberian Press. *Terra Sebus*, 13, 289–315.
- Kilmann, R. H., Thomas, K. W. (1977). Developing a Forced-Choice Measure of Conflict Handling Behaviour: The «MODE» Instrument. *Educational and Psychological Measurement*, 2 (37), 309–325.
- Kwon, H. (2007). The Dollarization of Vietnamese Ghost Money. *The Journal of the Royal Anthropological Institute*, 1 (13), 73–90. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/4622901>.
- Rubinstein, A. (2000). *Economics and Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Shermer, M. (2015). *The moral arc: how science makes us better people*. Henry Holt and Co.
- Sjästad, H., Baumeister, R. F., Ent, M. (2020). Greener grass or sour grapes? How people value future goals after initial failure. *Journal of Experimental Social Psychology*, 88, art. 103965. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2020.103965>
- Hong, T. Y., Pakirathan, P., Ling, I. (2020). The effect of media violence on the verbal aggressive behaviours of Malaysian Chinese independent secondary school students. *E-Academia Journal*, 1 (9), 53–61.
- Zhang, L., Karabulatova, I., Nurmukhametov, A., Lagutkina, M. (2023). Association Strategies of Speech Behavior of Communicators in Coding Discourse: An Interdisciplinary Approach Towards Understanding the Role of Cognitive and Linguistic Processes in Communication. *Journal of Psycholinguistic Research*, 52, 1571–1587. <https://doi.org/10.1007/s10936-023-09966-z>

Статья поступила в редакцию 17 февраля 2023 г.;  
рекомендована к печати 11 июля 2023 г.

#### Контактная информация:

Хуонг Тхи Тху Чанг — канд. филол. наук; [khuongtrangkn@gmail.com](mailto:khuongtrangkn@gmail.com)

Барaboшкин Константин Евгеньевич — канд. филол. наук, доц.; [baraboshkin-kons@yandex.ru](mailto:baraboshkin-kons@yandex.ru)

Нургазина Айман Бекеновна — канд. филол. наук, доц.; [v-taisova@mail.ru](mailto:v-taisova@mail.ru)

## Destructive economic media discourse: The experience of analyzing Russian and foreign media

Khuong Thi Thu Trang<sup>1</sup>, K. E. Baraboshkin<sup>2</sup>, A. B. Nurgazina<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Hanoi Vietnam National University,  
144, ul. Xuan Thuy, Hanoi, 000084, Vietnam

<sup>2</sup> Lomonosov Moscow State University,  
1, Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russian Federation

<sup>3</sup> L. N. Gumilyov Eurasian National University,  
2, ul. Satpaeva, Astana, 010000, Kazakhstan

**For citation:** Khuong Thi Thu Trang, Baraboshkin K. E., Nurgazina A. B. (2023). Destructive economic media discourse: The experience of analyzing Russian and foreign media. *Media Linguistics*, 10 (4), 554–567. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.407> (In Russian)

The purpose of the article: to consider the linguistic components of destructive orientation in the media discourse of Russia, Vietnam, China and Kazakhstan. Hypothesis: the mass media discourse of Russia, Vietnam, China and Kazakhstan actively uses aggressive verbal strategies to construct a pronounced negative image of a target that opposes, according to the governments of these countries, national interests. The object of the study is the economic media discourse of Russia, China, Vietnam and Kazakhstan. The subject of the analysis is the linguistic components of a destructive nature used in the economic media discourse of the above countries. The scientific novelty is due to the elaboration of previously not considered, new modern speech material, which is of interest both in terms of theory and practice, since it helps to understand the directions of purposeful transformation of the ideological paradigm of the potential target audience with the promotion of clear updated parameters of acceptance/rejection of the economic situation in the country and/or around it. The relevance of the study is predetermined by the fact that the economic media discourse of these countries previously represented a research lacuna. The scenario approach in the study is used in reconstructive linguistic modeling of destruction in modern economic media in a situation of dominance of digital communication. Communicative actors in the economic media discourse are analyzed through a system of motives that create conditions for the successful implementation of targeted persistence. The simulated transformation of the basic values of the economic space in the structure of background knowledge is based on associative series of interpretation, which depend on the involvement of the intended recipients in a particular information background that is subject to destructive influence. The results of the study are based on a prospective analysis of destructive components in the economic media discourse of the above countries. In the course of the work, the frequency manipulative destructive elements in the economic media discourse have been identified, which are aimed at transforming the standards of public reactions in public coverage of economic and financial problems.

*Keywords:* economic media discourse, types of aggression, destructive components, destructive manipulation.

### Reference

- Adamka, P. (2019). Linguistic reflection of the intentionality of Slovak media discourse. *Media Linguistics*, 1 (6), 75–86. (In Russian)
- Arnold, I. V. (1990). *Stylistics of the modern English language: (Stylistics of decoding)*. Moscow: Prosveshchenie Publ. (In Russian)
- Baraboshkin, K. E. (2012). *Chinese: negotiations by phone*. Moscow: Zhivoi zvuk Publ. (In Russian)
- Borodulina, N. Y. (2007). *Metaphorical representation of economic concepts as an object of semiotic analysis*. Tambov: Gramota Publ. (In Russian)
- Bredis, M. A. (2019). *Man and money: essays on Russian proverbs and not only*. St. Petersburg.: Peterburgskoe Vostokovedenie Publ. (In Russian)

- Bykova, E. V. (2016). Speech tactics of spindoctoring in political media discourse. *Media Linguistics*, 2 (12), 92–100. (In Russian)
- Cao Wei, Gao Jun (2007). *Guang gao yuan jiaocheng (Advertising Language Course)*. Guangzhou: Jinan University. (In Russian)
- Chan Thi Thu Huong (2021). Vietnamese proverbs and sayings and their Russian counterparts. *Sciences of Europe*, 4 (67), 36–47. (In Russian)
- Derrida, J. (2000). *On grammatology*. Moscow: Ad Marginem Publ. (In Russian)
- Dinh Xuan Nam, Do Quang Heung (2020). The concept of LABOR in Russian and Vietnamese. *Izvestiia Rossiiskoi voenno-meditsinskoi akademii*, 3-1 (39), 30–33. (In Russian)
- Dorokhova, N.I. (2020). Modern approaches in linguoeconomics: domestic and foreign experience of teaching English. *Evrasiiskii soiuz uchenykh*, 6-7 (75), 38–41. (In Russian)
- Duskaeva, L. R., Salimovsky, V. A. (2020). Text and style: in search of models of journalistic professional speech activity. *Vestnik Moskovskogo universiteta*, 6, 41–76. (In Russian)
- Fatkullina, F. G. (2010). The concept of “destruction” and its representations in the Russian language. *Vestnik RUDN. Seriya: Russkii i inostrannyi iazyki i metodika ikh prepodavaniia*, 3, 57–66. (In Russian)
- Glотова, Zh. V., Sadovskaya, T., Sadovskaya, M. (2019). The language of enmity in the modern world. *The Caucasus. Economic and social analysis journal of Southern Caucasus*, 3 (30), 6–8. (In Russian)
- Glushkova, S. Yu., Nurieva, L. F. (2017). Chinese attitude to money and its manifestation in the neologisms of the Chinese language. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 8-2 (74), 92–95. (In Russian)
- Golev, N. D., Obelyunas, N. V. (2014). Linguoconflictology, or linguistic conflictology. In A. P. Skovorodnikov (Ed.), *Effektivnoe rechevoe obuchenie (bazovye kompetentsii)* (pp. 279–280). Krasnoyarsk: SFU Publ. (In Russian)
- Goryachev, A. A. (2016). Influence or manipulation? [Book review: L. V. Balakhonskaya, E. V. Sergeeva. *Lingvistika rechevogo vozdeistviia i manipulirovaniia*. Moscow: Flint Publ.; Nauka Publ., 2016. 352 p.]. *Media Linguistics*, 3 (13), 127–130. (In Russian)
- Hong, T. Y., Pakirathan, P., Ling, I. (2020). The effect of media violence on the verbal aggressive behaviours of Malaysian Chinese independent secondary school students. *E-Academia Journal*, 1 (9), 53–61.
- Hou Ming (2013). *Chinese New Words*. Beijing: Commercial Press. (In Russian)
- Karabulatova, I. (2020). Possibilities of artificial intelligence in assessing the impact of potentially dangerous texts in modern news discourse: Problem of statement. In *SHS Web of Conf. Vol. 88, 01001. International Scientific Forum “Issues of Modern Linguistics and the Study of Foreign Languages in the Era of Artificial Intelligence (dedicated to World Science Day for Peace and Development)” (LLT Forum 2020)*. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20208801001>
- Karabulatova, I. S., Kattsina T. A. (2021). Features of the manipulative style of the Siberian Press. *Terra Sebus*, 13, 289–315
- Karabulatova, I. S., Kopnina, G. A. (2022). Linguistic parametrization of destructive mass media text: Towards the formulation of the problem. In L. R. Duskaeva (Ed.), *Medialingvistika. Vyp. 9. Iazyk v koordinatakh massmedia: Mat-ly VI Mezhdunar. nauch. konf., St. Petersburg, 30 iyunia — 2 iuliia, 2022 g.* (pp. 364–367). St. Petersburg: Mediapapir Publ. (In Russian)
- Karabulatova, I. S., Lagutkina, M. D. (2021). The image of China in the linguoinformational model of modern media discourse (based on the material of Russian and Chinese media). *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) dederal'nogo universiteta*, 21 (4), 40–53. (In Russian)
- Karpukhina, V. N., Shabalin, A. D. (2022). Politically Correct Discourse of The Guardian: praxiology of Language Games in the linguoecological aspect. *Chelovek: Obraz i sushchnost'. Gumanitarnye aspekty*, 4 (52), 115–136. (In Russian)
- Khuong Thi Thu Chang, Kenzhetaeva, G. K., Krivenko, G. A. (2022). Peniaphobia as the basis of destruction in modern economic discourse: on the material of the mass media of the countries of the Asia-Pacific region. In L. R. Duskaeva (Ed.), *Medialingvistika. Vyp. 9. Iazyk v koordinatakh massmedia: mat-ly VI Mezhdunar. nauch. konf., St. Petersburg, 30 iyunia — 2 iuliia, 2022 g.* (pp. 392–395). St. Petersburg: Mediapapir Publ. (In Russian)
- Kilmann, R. H., Thomas, K. W. (1977). Developing a Forced-Choice Measure of Conflict Handling Behaviour: The “MODE” Instrument. *Educational and Psychological Measurement*, 2 (37), 309–325.
- Kolmogorova, A. V., Gornostaeva, Yu. A. (Ed.) (2021). *Verbal markers of manipulation in English polarized political discourse: the experience of parametrization and automatic polarized political discourse: the experience of parametrization and automatic processing*. Krasnoyarsk: SFU Publ. (In Russian)
- Koltsova, N. V., Chulkina, N. L. (2023). Transformation of the conceptual space “wealth” from the end of the twentieth century to the present day. *Voprosy psikholingvistiki*, 1 (55), 50–68. (In Russian)
- Kopnina, G. A. (2020). Speech resistance to political labeling as a way of protection in information and psychological warfare. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 11 (13), 248–253. (In Russian)

- Kuznetsova, I. N., Sulkarnaeva, A. R. (2015). Problems of termination in the Russian language of the XXI century. *Vestnik Kokshetauskogo universiteta im. Sh. Ualikhanova. Seriya filologicheskaiia*, 3–4 (1), 69–77. (In Russian)
- Kwon, H. (2007). The Dollarization of Vietnamese Ghost Money. *The Journal of the Royal Anthropological Institute*, 1 (13), 73–90. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/4622901>.
- Machulko, M. A. (2019). Verbal means of creating a positive assessment in advertising discourse in Chinese. In E. V. Senina (Ed.), *Kitaiskii iazyk: Aktualnye voprosy iazykoznaniiia, perevodovedeniia i lingvodidaktiki: sb. st. nauch.-prakt. konf.* (pp. 80–87). Moscow: MGIMO Publ. (In Russian)
- Melnichuk, A. S. (2021). K. Thomas — R. Kilmann questionnaire: Vulnerabilities of a diagnostic tool. *Vestnik YarGU. Gumanitarnye nauki*, 4 (15), 630–637. (In Russian)
- Myrzagalieva, A. S. (2017). Actualization of the conceptual opposition “wealth — poverty” in the linguistic picture of the world (based on Kazakh and Russian proverbs and sayings). In A. A. Korotkikh (Ed.), *Sovremennye problemy i perspektivnye napravleniia innovatsionnogo razvitiia nauki: sb. mat-lov Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* (pp. 56–59). Nizhny Novgorod: Bol'shaia kniga Publ. (In Russian)
- Nedostupov, D. A. (2018). The rise of social tension during the First World War in the periodical press. *Uchenye zapiski. Elektronnyi nauchnyi zhurnal Kurskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2 (46), 45–50. (In Russian)
- Ning Jimin (2014). *The spread of the Chinese language in the world: Economic analysis and proposals for Confucius schools*. Beijing: Commercial Press. (In Russian)
- Pogotsky, K. E., Soloviev, P. L. (2016). Spindoctoring as a technology for protecting the interests of an organization in the media space. In S. V. Dubovik (Ed.), *Korporativnye strategicheskie kommunikatsii* (pp. 36–52). Minsk: BGU Publ. (In Russian)
- Rubinstein, A. (2000). *Economics and Language*. Cambridge University Press.
- Sergeeva, E. V. (2018). Features of the manipulative technique “exploitation of interest in related information” in advertising discourse (based on the material of the section “The Order of things” in the magazine Story). *Media Linguistics*, 4 (5), 484–493. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2018.408> (In Russian)
- Shermer, M. (2015). *The moral arc: How science makes us better people*. Henry Holt and Co.
- Sjästad, H., Baumeister, R. F., Ent, M. (2020). Greener grass or sour grapes? How people value future goals after initial failure. *Journal of Experimental Social Psychology*, 88, art. 103965. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2020.103965>
- Tarasevich, T. M. (2008). *The functions of economic terminology in the structure of advertising discourse*. Omsk: OmEI Publ. (In Russian)
- Tsertsvadze, M. G. (2017). Expression of cognitive opposition to the concepts of “greed” and “generosity” in the Russian and Kazakh paroemias. *Evrasiiskii soiuz uchenykh*, 12–3 (45), 31–33. (In Russian)
- Tsimanov-Sosin, K., Tsimanov, P., Chehanovsky, M. (2022). Advertising as an example of medial persistence using modern types of narrative. *Media Linguistics*, 2 (9), 126–139. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2022.204> (In Russian)
- Tu Thi Loan (2022). Cultural capital and the development of cultural industries in Vietnam. *Vietnamskie issledovaniia*, 2 (6), 68–81. (In Russian)
- Voroshilova, M. B. (2019). Act: Interpretation of creolized texts in the practice of forensic examination. *Media Linguistics*, 6 (2), 242–250. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2019.208> (In Russian)
- Weinrich, X. (1987). The Linguistics of Lies. In V. M. Sergeev (Ed.), *Iazyk i modelirovanie sotsial'nogo vzaimodeistviia* (pp. 44–87). Moscow: Progress Publ. (In Russian)
- Zarubina, N. N. (2011). *Money as a socio-cultural phenomenon*. Moscow: Ankil Publ. (In Russian)
- Zhang, L., Karabulatova, I., Nurmukhametov, A., Lagutkina, M. (2023). Association Strategies of Speech Behavior of Communicators in Coding Discourse: An Interdisciplinary Approach Towards Understanding the Role of Cognitive and Linguistic Processes in Communication. *Journal of Psycholinguistic Research*, 52, 1571–1587. <https://doi.org/10.1007/s10936-023-09966-z>
- Zhou Duanmin (2005). *The framework of the analysis of the language of economics*. Beijing: Commercial Press. (In Russian)

Received: February 17, 2023

Accepted: July 11, 2023

#### Authors' information:

*Khuong Thi Thu Trang* — PhD in Philology; [khuongtrangkn@gmail.com](mailto:khuongtrangkn@gmail.com)

*Konstantin E. Baraboshkin* — PhD in Philology, Associate Professor; [baraboshkin-kons@yandex.ru](mailto:baraboshkin-kons@yandex.ru)

*Ayman B. Nurgazina* — PhD in Philology, Associate Professor; [v-taisova@mail.ru](mailto:v-taisova@mail.ru)