

DOI: 10.33184/dokbsu-2021.6.6

## **Нефтяная ценовая война – 2020 в межкультурной коммуникации**

А. И. Ишемгулова

*Башкирский государственный университет*

*Россия, Республика Башкортостан, 450076 г. Уфа, улица Заки Валиди, 32.*

*Email: hannanova\_azaliya@bk.ru*

Статья посвящена актуальной проблеме исследования особенностей описания ценового конфликта на нефтяных рынках в условиях кризисной коммуникации, обостренной пандемией COVID-19. Цель статьи состоит в установлении специфики отражения обвала цен на нефть в национальных вариантах нефтяного медиадискурса. Материалом исследования послужили статьи в оригинале на английском, арабском и русском языках, отобранные для анализа и размещенные на порталах известных международных изданий в период с начала пандемии и по настоящее время.

**Ключевые слова:** нефтяной дискурс, национальные варианты дискурса, ценовой конфликт, медиадискурс, кризисная коммуникация.

Центральным понятием настоящего исследования является сложный по содержанию термин *нефтяной медиадискурс*, который, с одной стороны, обращен к профессиональному дискурсу, а, с другой стороны, относится к речевой единице медийной коммуникации. В результате совмещения в нем двух ипостасей в функционировании нефтяного медиадискурса переплетаются черты, определяющие его особое место в дискурсивном пространстве. Помимо специфики социокультурных и лингвистических характеристик нефтяного медиадискурса не меньшую роль играют в нем идеологические приоритеты и интересы субъектов дискурса в национальных вариантах, отражающие значимость и ценность нефтяного фактора в жизни общества в целом и региональной и мировой геополитике, в частности.

Учитывая жанровую дифференциацию нефтяного дискурса, его можно было бы отнести к профессиональному дискурсу как разновидности делового дискурса [5]. В строгом понимании термина профессиональный дискурс имеет характеристики статусно-ориентированного институционального дискурса в общении специалистов, с целью решения задач, требующих профессиональной подготовки; его профильные признаки – номинативная детализация в определенной предметной сфере, инструментальное осмысление и профессиональная индикация, проявляющаяся в свернутом виде

при общении специалистов со специалистами [1, с. 181]. В медиакоммуникации эти черты проявляются не всегда и менее выражены, и одновременно в профессиональном дискурсе обнаруживаются новые свойства, присущие медиадискурсу, которые порождает непрофессиональное общение. Достаточно полно и точно представил суть медиадискурса Е. А. Кожемякин, который определяет его как *тематически сфокусированную, социокультурно обусловленную речемыслительную деятельность в масс-медийном пространстве* [4, с. 16]. В концепции ученого важно обратить внимание на следующие характеристики медиадискурса, который служит: 1) способом конвертации информации в смыслы; 2) местом перевода знания с одного уровня на другой (напр., с институционального на обыденный); 3) местом сращения информации разного типа (напр., событийной и рекламной). Кроме того, следует учитывать необходимость опоры на лингво-социальный, социокультурный и историко-цивилизационный контексты. Указанные свойства медиадискурса, которые особенно ярко проявляются в условиях кризисной коммуникации, можно обнаружить в содержании и функционировании нефтяного медиадискурса, который адресован массовой аудитории, состоящей преимущественно из неспециалистов. Его субъектами становятся политики, журналисты, комментаторы, публичные персоналии, аналитики, что кардинально изменяет характер общения, идеологические прерогативы и установки его участников, личные мотивы общения.

Знакомство с литературой показывает наличие большого количества толкований кризисной коммуникации, подытоживая которые можно предложить следующее рабочее определение: для медиакоммуникации это процесс сбора, обработки и фильтрации информации для ее распространения с целью достижения положительных результатов для имиджа компании, правительства, нации. В период кризисной коммуникации авторы медиатекстов вырабатывают особые стратегии, преследующие цель сохранить позитивный имидж и избежать репутационные риски. К ним можно отнести стратегию переноса вины на других, минимизации кризисных угроз, отказа от комментария, извинения за причиняемые убытки, компенсации ущерба, обещания мер по предотвращению кризиса в будущем [7].

Текущая кризисная коммуникация, связанная с отражением ценового конфликта в национальных вариантах нефтяного дискурса, может позволить уточнить ее определение, а также предпочтения и расхождения в выборе используемых стратегий, имея в виду воздействие нефтяного фактора на региональную и мировую геополитику.

Подчеркнем, что нефтяной дискурс функционирует в медиакоммуникации в разнообразии представляющих его субдискурсов. Учитывая существующие подходы к субдискурсу в глобальном Интернет-дискурсе [2, 3], можно предложить толкование субдискурса в медиакоммуникации как преломленный в видовой разновидности локальный элемент профессионального нефтегазового дискурса, обладающий спецификой языко-

вого оформления, являющийся социально-культурным и когнитивно-прагматическим феноменом, созданный для целевого адресата и преследующий конкретную цель. Субдискурсивным статусом в рассматриваемом материале обладает субдискурс ценового конфликта, представленный текстами на английском, арабском и русском языках, реализующими соответственно видовые разновидности национальных вариантов нефтегазового медиадискурса.

Расхождения в ценовой политике между крупными производителями нефти не раз вызывали кризисные ситуации в истории в силу жесткой конкуренции в области энергоресурсов, но нынешний кризис был обострен воздействием пандемии COVID-19. В итоге это привело к настоящему ценовому противостоянию, которое в национальных вариантах нефтегазового медиадискурса получило неоднозначное освещение и оценку, а также прогнозирование последствий этого конфликта.

*UAE oil is a vital geopolitical weapon against China's Middle East expansion* [9].

*Saudi Arabia and Russia Dig In for a Long, Bitter Oil-Price War* [7].

В ведущих англоязычных медиаисточниках ценовой конфликт был изображен в виде ценовой войны между Саудовской Аравией и Россией. В английских текстах, представляющих данный субдискурс, метафора войны (*oil price war*) структурирована в формате когнитивных признаков концепта *война*, включающих характер войны (*bitter, aggressive, hard*), вину стороны, развязавшей конфликт (*Russia launched*), военные операции (*embark on a war, wage a war, fight back*), окончание войны (*end hostilities*), победителей и проигравших (*the biggest winner / ultimate loser, loss of market share*), влияние войны на региональную и мировую геополитику (*The impact of COVID-19 on global gas markets, Oil and gas sector in economic turmoil, gas markets and economic crisis*).

В арабских медиаисточниках ценовой конфликт обрисован другими красками в характерной для арабского стиля манере повествования о событиях. Хотя арабские тексты следуют практике использования метафоры ценовой войны, они тем не менее склонны чередовать ее с другими способами описания конфликта (политика демпинга, по ценам ниже реальной стоимости, девальвация валюты и др.). На главный вопрос о том, кто ведет ценовую войну, арабские газеты дают уклончивый ответ, отмечая, что Саудовская Аравия была вынуждена признать снижение цен на нефть на 30%, но подчеркнув при этом, что войну на рынке ведут крупные игроки – США, а саудиты являются лишь инструментом в их руках.

بدأت السعودية حرب الأسعار بسوق النفط، بعد نحو أربع سنوات من التنسيق بين "أوبك" والمنتجين من خارجها وبخاصة روسيا، للوصول إلى سعر مرض للمنتجين، ولكن بعد أن رفضت الأخيرة طلب "أوبك" بالاستمرار في خفض الإنتاج، أعلنت الرياض طرح إنتاجها النفطي بالسوق الدولية عند سعر 33 دولارا للبرميل، بتخفيض نسبته 30%. والظاهر أن المعركة بين الرياض وموسكو، ولكن الأمر يتعلق بلاعبين كبار في سوق النفط، السعودية ليست من بينهم، ولكنها أداة في أيديهم، وأميركا هي اللاعب الرئيس في سوق النفط.

[10]. (رويترز) حرب الأسعار لأي سلعة عرضها بأقل من أسعارها الحقيقية

Более того, постоянно подчеркивается, что эта война лишь на поверхности носит характер экономической, а на самом деле имеет политические цели противостоять усилению России на Ближнем Востоке, так как проиграют все арабские нефтяные игроки из-за финансовых проблем и необходимости в получении займов.

تستطيع روسيا التعايش مع هذه الحرب في الأجل المتوسط، بعد خبراتها في التعامل مع العقوبات الاقتصادية، كما أن لديها أوراق ضغط تتمثل في إمداد أوروبا بالغاز الطبيعي.

ولدى روسيا اقتصاد متنوع يعتمد على الزراعة وإنتاج وتصدير السلاح، لكن السعودية ليس لديها أدوات في هذه الحرب سوى الرهان على احتياطياتها المالية والنفطية، وهي بذلك تغامر في معركة خاسرة، والحسابات الاقتصادية تذهب لأن تستسلم الرياض أولاً، في ظل معاناتها من أزمة تمويلية ولجونها للاستدانة، وقد تعطلت هذه الحرب مشروعات رؤيتها لعام 2030. [10]

Арабские газеты оказывают эмоциональное воздействие на союзников – страны Персидского залива, используя сильные атрибуты при описании кризиса (*настоящие потери, ударит по структуре экономики, парализует экономическую активность, политика разорения, дефицит платежного баланса, разрушить саудовские планы*). Кроме того, в арабском медиатексте употребляются устоявшиеся стереотипы с резко отрицательной коннотацией при описании политики США в отношении России, пытавшихся обуздать русского медведя.

Ценовой конфликт, по мнению арабских источников, подрвал позиции ОПЕК, вынуждая участников организации действовать согласно собственным экономическим и политическим интересам, и послужил интересам Америки, диктующей цены на нефть на мировом рынке, и транснациональным компаниям, имеющим возможность накапливать огромные запасы дешевой нефти.

بوصلة أسعار النفط في يد المستهلكين منذ إنشاء منظمة الطاقة الدولية، ولأميركا اليد الطولى في تحديد أسعار النفط بالسوق الدولية، فهي التي توجد المناخ الذي يبرر خريبتها للأسعار، وفي ضوء تراجع مؤشرات الاقتصاد العالمي، لأسباب كثيرة من بينها أزمة "كورونا" يتوقع أن تستمر أسعار النفط بالسوق الدولية في مساحة ما بين 35 إلى أربعين دولاراً للبرميل. فهناك شركات متعددة الجنسيات هي المستثمر الرئيس في سوق النفط، ولها مصالح، ولن تسمح بأن تكون أسعار النفط عند مستويات تتسبب في خسارتها. [10].

Описание ценового конфликта в русских текстах не представлено в виде нефтяной войны, хотя он получил широкое освещение в медийных источниках, в которых некоторые авторы также нередко прибегают к данному образу. Официальную позицию российской стороны в отношении этой проблемы озвучил пресс-секретарь Дм. Песков, комментируя оценку сложившейся на нефтяном рынке ситуации вице-президентом компании «Лукойл» Л. Федунуном, который назвал ее катастрофической. Пресс-секретарь категорически заявил, что суть государственной политики России заключается в том, что она «ни с кем никаких войн не ведет, и мы исходим из заявлений королевской семьи о том, что Саудовская Аравия тоже не ведет ценовых войн» [6]. по которой надо

договориться без вмешательства других сторон. В русском медиатексте о ценовом конфликте используется иная лексика, изображающая ситуацию с разной степенью интенсивности: *волатильность цен, падение цен, ценовое противостояние, обвал нефтяных цен, резкий крах*. Наряду с ними используется лексика обвинения стороны, создавшей ситуацию конфликта: *умышленный демпинг, в ущерб иранской нефти*. Также звучат голоса чиновников из международных агентств о трудности интерпретации ситуации. Дм. Маринченко из рейтингового агентства Fitch заявил, что не совсем понятно, с кем Россия воюет – со сланцем или Эр-Риядом.

Таким образом, на основании проведенного сопоставительного исследования отражения ценового конфликта на рынке нефти в национальных вариантах нефтяного медиадискурса можно сделать следующие выводы: английские медиаисточники описывают ценовой конфликт между производителями нефти как настоящую войну, используя метафору войны со всеми атрибутами военных действий между участниками. В оценке английских авторов, ценовое противостояние носит жесткий затяжной характер, которое может иметь серьезные последствия в региональной и мировой геополитике. В арабских текстах описание ценового конфликта представлено достаточно неясно и противоречиво, так как Саудовская Аравия как главный поставщик нефти на мировом рынке не признает вины за собой, умаляя свою роль в организации ОПЕК и подчеркивая роль Америки, диктующей цены и заинтересованной в расширении доли на мировом рынке для сланцевой нефти. В русских текстах ситуация на рынке оценивается как возникновение временных трудностей, которые преодолимы. Согласно официальным каналам, Россия не ведет ни с кем торговых войн, но возражает против вмешательства третьих сторон.

## Литература

1. Бейлинсон Л. С. Профессиональный дискурс: профильные признаки // Гуманитарные и социальные науки. – 2016. – №6. – С. 179–182.
2. Голованова Е. И. Профессиональный дискурс, субдискурс, жанр профессиональной коммуникации: соотношение понятий // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – 2013. – №1 (292). – Вып. 73. – С.32–35.
3. Горина Е. В. Конституирующие признаки дискурса Интернета: автореф. дис...д-ра филол.наук. Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени Первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2016. – 55 с.
4. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования// Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – №12 (83). – 2010. – Вып.6. – С.13–21
5. Наумова А. П. Социокоммуникативные характеристики профессионального дискурса переводчиков (на материале английского, французского и русского языков). Дис...канд. филол.наук. Волгоград: ВолГУ, 2020. – 192 с.

6. Рождественский М. Песков оценил слова Федуна о «катастрофе» с ценами на нефть. URL: <https://iz.ru/989306/2020-03-20/peskov-otcenili-slova-feduna-o-katastrofe-s-tcenami-na-neft> (дата обращения 05.09.2021).
7. Farchy J, Blas J. Saudi Arabia and Russia Dig In for a Long, Bitter Oil-Price War. URL: <https://www.bnnbloomberg.ca/saudi-arabia-and-russia-dig-in-for-a-long-bitter-oil-price-war-1.1402634> (дата обращения 1.1402634)
8. Lee B. K 2004) Audience-oriented approach to crisis communication: A study of Hong Kong consumers' evaluation of an organizational Communication Research. URL: [https://www.com.cuhk.edu.hk/images/content\\_people/publication/kaman-journal-2004-audience.pdf](https://www.com.cuhk.edu.hk/images/content_people/publication/kaman-journal-2004-audience.pdf) (дата обращения 20.09.2021).
9. Watkins S. UAE oil is a vital geopolitical weapon against China's Middle East expansion. URL: <https://oilprice.com/Geopolitics/Middle-East/UAE-Oil-Is-A-Vital-Geopolitical-Weapon-Against-Chinas-Middle-East-Expansion.html> (дата обращения 01.10.2021).
10. سؤالاً وجواباً السعودية بدأت حرب أسعار بسوق النفط بعد أربع سنوات من التنسيق بين 20..حرب الأسعار بين السعودية وكبار منتجي النفط -عن-سؤالاً-عشرون URL: <https://www.aljazeera.net/ebusiness/2020/3/10> (غيتي)أوبك والمنتجين من خارجها -بين-النفط-أسعار-حرب (дата обращения 10.08.2021).

Статья рекомендована к печати кафедрой английского языка и межкультурной коммуникации Башкирского государственного университета (д-р фил. наук, проф. А. С. Самигуллина)

---

## Oil price war – 2020 in intercultural communication

A. I. Ishemgulova

*Bashkir State University*

*32 Zaki Validi Street, 450076 Ufa, Republic of Bashkortostan, Russia.*

*Email: hannanova\_azaliya@bk.ru*

The article considers some aspects of the topical issue of exploring the depiction of the oil price conflict in conditions of crisis communication exacerbated by the Covid-19 pandemic. The research aims at disclosing peculiarities of reflecting the collapse in oil prices in national variants of the oil media discourse. The material of the study was articles in the original in English, Arabic and Russian, selected for analysis and posted on the portals of well-known international media sources from the beginning of the pandemic to the present.

**Keywords:** the oil discourse, national variants of the oil discourse, price conflict, media discourse, crisis communication.