

Gabriel García Márquez no habría podido sumergirse plenamente en su labor creativa y, por tanto, no habría ganado el Premio Nobel sin la ayuda de su mujer. Por último, Julia Urquidí fue una crítica de las primeras obras de Vargas, guiándole por el buen camino.

СНИЛ «Лингвоэкономист»

Y. Lavrinovich

Е.А. Лавринович

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель М.А. Комарова

ESPECIFICIDAD DE LOS TITULARES DE NOTICIAS EN RUSO SOBRE TEMAS ECONÓMICOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN INTERNET

Специфика новостных русскоязычных заголовков экономической тематики в интернет-СМИ

El titular es un elemento clave del texto en los medios de comunicación, estrechamente vinculado a otros componentes. Su importancia en los medios de comunicación es difícil de sobreestimar, ya que atrae la atención del lector, formando la primera impresión y revelando instantáneamente los principales temas del artículo. Ocupa la posición más visible y acentuada. Sin éste, la existencia de los medios de comunicación sería imposible.

El objetivo de estudio: estudiar las características de los titulares de temas económicos en el espacio de Internet.

Método de investigación: análisis descriptivo y síntesis, análisis de contenido.

El titular es el componente clave de una noticia. Es el titular lo que los lectores utilizan para decidir si profundizan o no en el artículo. Además, en el 60–80 % de los casos, la gente solo utiliza los titulares para formarse una idea general de los acontecimientos.

Nadie abre cada noticia individualmente; el ojo del lector se desliza por los titulares en busca de lo interesante. Los titulares tienen muchas formas y no hay consenso sobre cuáles son mejores o peores.

Cuando se trata de titulares económicos, el elemento clave en ellos es una terminología que transmita el significado de forma precisa y concisa. Los titulares hacen un amplio uso de términos económicos específicos que denotan aspectos clave de las actividades y acontecimientos económicos. Estos términos incluyen conceptos como «inflación», «déficit», «presupuesto», «exportaciones e importaciones», «impuestos», «negocios» y otros: *Expertos del Banco Euroasiático: La inflación se aceleró en Belarús: cuál es la razón.*

En períodos de cambio o crisis económica, pueden aparecer en los titulares términos nuevos o actualizados para reflejar la situación actual. Puede tratarse de nuevos conceptos

relacionados con innovaciones tecnológicas, reformas económicas o medidas de apoyo: *¿Quién invierte en la economía bielorrusa? Los funcionarios nombraron 3 principales países; El Bitcoin cayó por debajo de los 56 mil dólares. ¿Qué ocurrió?; El Ministerio de Finanzas volvió a subir el precio del oro.*

Es significativo el papel de la jerga empresarial, que incide notablemente en los rasgos léxicos de los titulares económicos, introduciendo elementos de jerga profesional y giros específicos característicos de la comunicación empresarial: *en el Demond de Sber, los startups juveniles recibieron más de 80 millones de rublos; VTB empieza a emitir tarjetas ecológicas y lanza la gamificación para limpiar las masas de agua.* Esta capa de lenguaje da un toque profesional adicional a los titulares económicos, haciéndolos más atractivos y comprensibles para el público objetivo de la comunidad empresarial y los profesionales financieros.

El estudio nos permitió llegar a las siguientes generalizaciones: las peculiaridades de los titulares de noticias económicas en ruso en los medios de Internet se manifiestan en la combinación de informatividad, brevedad y emotividad. Los titulares tienden a atraer la atención del lector utilizando una redacción vívida y palabras clave de actualidad, lo que permite destacar aspectos importantes de las noticias económicas. Además, suelen reflejar tendencias y sentimientos actuales de la sociedad, lo que los convierte no sólo en fuente de información, sino también en indicadores de la opinión pública. Así pues, el análisis de los titulares nos permite conocer en profundidad no sólo las peculiaridades del periodismo en el ámbito de la economía, sino también la dinámica de la percepción pública de los procesos económicos.

СНИЛ «Лингвоэкономист»

A. Makutsa

А.А. Макуца

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Т.В. Ковалькова

CARACTERÍSTICAS DEL COMPORTAMIENTO COMUNICATIVO DE LOS ESPAÑÓLES EN SITUACIONES CONFLICTIVAS EN LAS REDES SOCIALES

Особенности коммуникативного поведения испанцев в ситуации конфликтного общения в социальных сетях

En el mundo moderno, la interacción de diferentes culturas ocurre en el entorno en línea, lo que lleva a cambios en los estilos de comunicación y forma nuevas reglas de comunicación. Las redes sociales también se están convirtiendo cada vez más en un escenario de conflictos y malentendidos. El anonimato y la distancia que ofrecen las plataformas en línea pueden aumentar la agresión y la provocación. Esto plantea preguntas