



CURRENT METAPHORIC MODELS IN MODERN SPANISH MEDIA DISCOURSE

Rushania R. Alimova, Victoria V. Yakovleva

Moscow State Institute of International Relations (University)
76, Prospekt Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

Abstract. *In the article, a metaphor as a universal category of thinking, a special cognitive analogy-based operation, and a method of modeling reality, is investigated on journalistic materials of modern Spanish media discourse, the online version of the Spanish newspaper EL MUNDO in particular from the discursive point of view. The use of various types of metaphors by Spanish politicians, which are part of the national-linguistic picture of the world, is examined on the example of media materials concerning the most significant events in the internal life of Spain and international community. Based on the classification by A.P. Chudinov, a semantic and quantitative analysis of metaphorical models in Spanish media discourse is carried out. It is concluded that at the time being Spanish political discourse abounds predominantly in anthropomorphic and sociomorphic metaphors. It was also found that the most frequent is the use of morbid metaphors, which reflect the crisis the Spanish society is undergoing in the pandemic period and its economic, political and social impact on the life of modern Spanish society.*

Keywords: *national linguistic picture of the world, discourse, Spanish, media, media discourse, metaphor*

For citation: Alimova, R.R., Yakovleva, V.V. (2021). Current Metaphoric Models in Modern Spanish Media Discourse. *Linguistics & Polyglot Studies*, 7(5), pp. 8–15. <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2021-5-29-8-15>

АКТИВНЫЕ МЕТАФОРИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В СОВРЕМЕННОМ ИСПАНСКОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Р.Р. Алимова, В.В. Яковлева

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76

Аннотация. *В статье метафора, выступающая как универсальная категория мышления, особая познавательная операция, основанная на механизме аналогии, и способ моделирования действительности, исследуется с позиции дискурсивного подхода с использованием публици-*

стических материалов современного испанского медийного дискурса, в частности, интернет-версии испанской газеты EL MUNDO. Употребление испанскими политиками различных видов метафор, являющихся частью национально-языковой картины мира, рассматривается на примере медиа материалов, касающихся наиболее значительных событий во внутренней жизни Испании и международного сообщества. На основе классификации, предложенной А.П. Чудиновым, проведён семантический и количественный анализ метафорических моделей в испанском медийном дискурсе. Сделан вывод о том, что на современном этапе в испанском политическом дискурсе активно функционируют антропоморфные и социоморфные базовые модели метафор. Также установлено, что наибольшую частотность демонстрируют морбиальные метафоры, отражающие кризисные явления в испанском социуме на фоне развития пандемии коронавируса, которая оказала серьёзное экономическое, политическое и социальное воздействие на жизнь современного испанского общества.

Ключевые слова: национально-языковая картина мира, дискурс, испанский язык, средства массовой информации, медийный дискурс, метафора

Для цитирования: Алимова Р.Р., Яковлева В.В. (2021). Активные метафорические модели в современном испанском медийном дискурсе. *Филологические науки в МГИМО*. 7(5), С. 8–15. <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2021-5-29-8-15>

Современное развитие социальных коммуникаций, СМИ и Интернета определяет специфику медийного дискурса, который отражает разнообразные взгляды и мнения, различные оценки и суждения, взаимодействующие в медийной коммуникативной среде.

Медийный дискурс представляет собой особое когнитивно-языковое пространство коммуникативного взаимодействия, которое функционирует на основе использования совокупности различных средств коммуникации и способов передачи информации, включающих не только вербальные, но и визуальные коды, характеризуется изменчивостью ввиду отсутствия информационных границ, трансформируется и развивается вместе с общественными явлениями и подстраивается под них [1, с. 46]. Динамичность медийного дискурса, которая проявляется в варьировании его когнитивной, семиотической, стилистической и жанровой структуры, в полной мере отражает разнообразные процессы, связанные с языковыми инновациями и актуализацией тех или иных метафорических моделей представления знаний в современном коммуникативном пространстве.

Исследователи выделяют различные типы дискурса. Так, с точки зрения участников общения традиционно разграничивают персональный, личностно-ориентированный и институциональный дискурс [5, с. 5]. В рамках институционального общения на основании его цели, условий, способов, ситуации общения и социально-статусной роли коммуникантов в качестве системообразующих признаков [5, с. 10] различают дискурсы научный, медицинский, юридический, рекламный, политический, педагогический и др. Их специфика определяется ключевым для каждого типа институционального дискурса концептом, который обуславливает конкретные дискурсивные характеристики, когнитивные и поведенческие стереотипы и особенности продуцируемых текстов: для политического дискурса таким концептом является «власть», для медицинского – «здоровье», для юридического – «закон», для педагогического – «обучение», для научного – «знание». Но именно медийный дискурс, который широко представлен в СМИ и в интернет-пространстве [3, с. 11], центральным концептом которого является «информация», объединяет и репрезентирует различные дискурсивные практики, неизбежно реализующиеся в информационно-коммуникативной среде СМИ [8].

Глобализация, информатизация, расширяющиеся международные связи приводят к тому, что в окружающей действительности происходят стремительные изменения социального, экономического, политического характера. В свою очередь это неизбежно обуславливает появление но-

вых языковых конструкторов для обозначения современных реалий в жизни социума, что находит отражение в информационном пространстве медийного дискурса.

Вместе с тем, по мнению В.А. Иовенко [4], существующие в каждом языке особенности национального восприятия и речевой номинации, находящиеся на стыке когнитивных, языковых, речевых и социокультурных структур речемыслительной деятельности, формируют национально-психологический, или этноречевой, компонент речевой коммуникации. Поэтому, несмотря на глобализацию, расширяющиеся международные связи, цифровизацию и информатизацию общения, взаимное проникновение этнических культур, на сегодняшний день сохраняется национальное восприятие мира, что определяется, в том числе, спецификой языка общения, а также национальной культурой и особенностями мировоззрения.

Важно отметить, что в процессе мышления и познания окружающей действительности в дискурсе активно используется метафоризация в качестве одного из основных способов осмысления реальности, когда новое знание интерпретируется через призму уже известного. Метафора, представляющая собой ментальную операцию, основанную на аналогии, выступает универсальной категорией мышления, но при этом является частью национально-языковой картины мира. Несмотря на определённую устойчивость метафорической системы, следует признать наличие вариативности метафорических моделей, что обусловлено различными параметрами дискурсивного контекста ввиду существующих национальных, культурных, социальных, исторических и других причин [7, с. 27].

Представляется важным подчеркнуть, что в медийной дискурсивной среде метафора в силу своих когнитивных свойств выполняет моделирующую функцию. Метафора выступает не только и не столько как способ номинации, а как ментальный механизм категоризации и вербализации действительности [6]. Метафора используется для того, чтобы, называя реалию, событие или ситуацию, порождая новые термины и выражения, сформировать представление, а также предопределить способ мышления о номинированном объекте действительности, создать нужный контекст его восприятия, осмысления и интерпретации [10, с. 120].

На двойную функцию метафоры, которая служит не только наименованию объектов действительности, событий или ситуаций, но и мышлению, указывает испанский философ Хосе Ортега-и-Гассет (José Ortega y Gasset). Он отмечает, что благодаря метафоре, которая называет ту или иную реалию, становится возможным не только сделать мысль о ней доступной другим, но и открыть путь к познанию поименованного объекта [9, с. 68].

Вслед за Э.В. Будаевым и А.П. Чудиновым [2], метафорическая модель рассматривается в статье в качестве ментальной операции, представляющей существующую или складывающуюся в сознании носителей языка схему связи между двумя понятийными сферами, которую можно представить формулой: $X - \text{это } Y$, где известная участникам коммуникации сфера-источник обозначена как X , а новая концептуальная сфера как Y . При этом отношение между компонентами формулы понимается не как прямое отождествление, а как подобие, аналогия: ' X подобен Y '.

Важное теоретическое значение имеет предложенная А.П. Чудиновым классификация метафорических моделей [12] (см. рисунок).

Представляется необходимым подчеркнуть, что использование метафоры в медийном дискурсе является актуальной темой дискурсивных исследований. Например, Н.В. Погребняк указывает на возрастающий потенциал использования метафоры в современном политическом медийном дискурсе [10]. Т.Ю. Тамерьян и В.А. Цаголова рассматривают динамику метафорической вербализации образа канцлера ФРГ А. Меркель [11]. М.В. Ларионова и Г.С. Романова анализируют когнитивные и коммуникативные особенности использования метафор в современном испанском медийном дискурсе [7], [8].

В последнее время широкий резонанс в испанском медийном пространстве вызвали события, напрямую или косвенным образом связанные с ситуацией развития пандемии коронавируса COVID-19, что определяется их катастрофическими последствиями для граждан и экономики страны. В медийном дискурсе, ориентированном на описание и интерпретацию пандемической ситуации, различными участниками коммуникации активно используются метафоры, пришед-

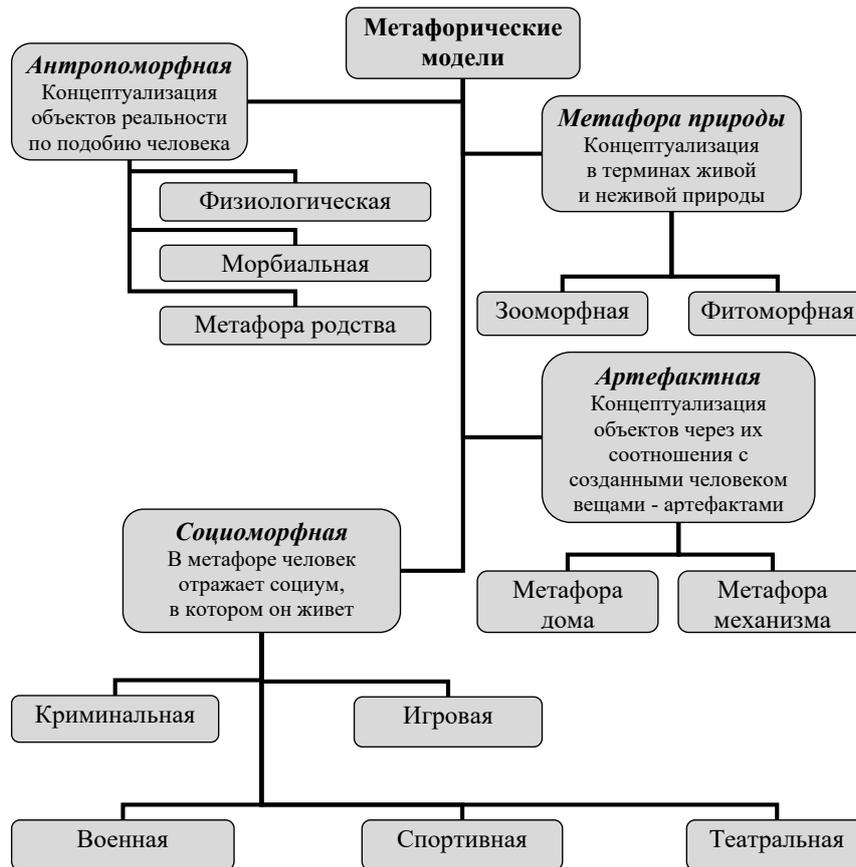


Рисунок – Классификация метафорических моделей (по А.П. Чудинову)

шие из политической, исторической, экономической, бытовой сфер жизни, а также национально-культурные метафорические модели.

Так, в интернет-версии авторитетного испанского издания EL MUNDO от 21 мая 2020 года опубликована статья В. Мондело (Víctor Mondelo) «Quim Torra sube el sueldo a ex presidentes y ex consejeros en un decreto contra el coronavirus» [14], в которой речь идёт о недопустимости финансовых льгот для представителей власти на фоне сложной ситуации с коронавирусом в стране. Автор указывает, что тайным образом (букв. – через чёрный ход и замаскированно: *por la puerta de atrás y camuflado*) парламент Каталонии утвердил повышение зарплаты высшим должностным лицам и увеличил им пенсии, несмотря на решительные протесты оппозиции (букв. – хоровой протест оппозиции: *protesta coral de la oposición*). В тексте принятого нормативного документа предусматривается отсрочка различных налоговых обязательств для преодоления последствий пандемии, снижение кредитных ставок, а также оказание чрезвычайной помощи семьям, вынужденно разлученным из-за мер самоизоляции и карантина. Но дополнительно к этим мерам объявлены и финансовые льготы для действующих и бывших высокопоставленных чиновников.

Независимый депутат Д. Грахера (Dimas Gragera) отметил, что утверждение увеличения зарплат и пенсий чиновникам посредством этого указа следует расценивать как «насмешку над оппозицией и гражданами» (*reírse de la oposición y de la ciudadanía*). Представитель партии Ciudadanos Д. Серрано (Daniel Serrano) назвал включение норм о повышении зарплат и пенсий высокопоставленным чиновникам в указ, направленный на борьбу с последствиями коронавируса, «политическим шантажом» (*chantaje político*). Со своей стороны, депутат от партии PSC А. Ромеро (Alicia Romero) охарактеризовала подобные указания в дополнительном положении нормативного документа как «недопустимые, малопривлекательные» (*impresentables*). Подобные метафорические номинации в дискурсивном контексте, помимо собственно когнитивной, имеют дополнительную прагматическую нагрузку, способствуя созданию малопривлекательного образа стоящих у власти политиков в глазах потенциальных избирателей.

В статье «El PP vaticina ya la ruptura del Gobierno del PSOE y Unidas Podemos», опубликованной 22 мая 2020 года, Х. Ламет (Juanma Lamet) высказывает авторский взгляд на внутривнутриполитическую ситуацию, трудовую реформу и взаимоотношение Испании с Европейским Союзом на фоне пандемической ситуации [13]. Автор метафорически называет политику, проводимую Н. Кальвино (Nadia Calviño), министром по экономическим вопросам и цифровым преобразованиям, «страусиной» (*política del avestruz*), имплицитно указывая, что власти пытаются «спрятать голову в песок» ввиду осложнившейся ситуации, пуская её на самотёк и дистанцируясь от возникших проблем, для решения которых требуются серьёзные и уверенные действия. Характеризуя сложившуюся обстановку, автор с сожалением отмечает, что не существует никакого европейского механизма помощи или спасения для Испании, при котором бы не было определённого ущемления её национальных интересов (*no ha habido ningún mecanismo europeo de ayuda o rescate en el que no haya habido condicionalidad; España no podrá escapar a la «condicionalidad» de las ayudas comunitarias*), и подчёркивает, что авторитет испанского правительства, допустившего катастрофическую вспышку коронавирусной инфекции в стране, в глазах избирателей и на международном уровне серьёзно подорван (*la credibilidad del Gobierno respecto a los electores y a nivel internacional ha quedado muy dañada*).

Для описания политических действий используются экономические термины-метафоры, например, утверждается, что эксперты уже предупредили лидера правоцентристской партии Ciudadanos Инес Арримадас (Inés Arrimadas) о том, что председатель правительства будет отдавать предпочтение «маркетингу» и «предаст её» вместе с остальными политическими партнёрами, поддержавшими его кандидатуру при голосовании в парламенте на пост главы правительства (*avisaron a la líder de Ciudadanos de que el presidente primaría el «marketing» y la «traicionaría» con sus socios de investidura*).

Характеризуя складывающуюся ситуацию, автор приводит слова бывшего премьер-министра Х.М. Аснара (José María Aznar), который предсказывает социальную катастрофу, используя историческую метафору «гекатомба», концептуально известную со времён Древней Греции – большое торжественное жертвоприношение (*hecatombe social*), метафорически трансформировавшую свою семантику и в современном социальном контексте передающую значение «бесмысленная гибель или уничтожение многих людей». Тем самым через когнитивный механизм метафоры подчёркивается мысль о том, что правительство действует безответственно, отдавая приоритет экономическим и политическим выгодам в ущерб интересам населения страны, что в итоге неизбежно приведёт к «Испании голодных очередей» (*otra vez la España de las colas de hambre*). В медийном дискурсе подобная метафора прагматически направлена на дискредитацию политических противников, так как имплицитно скрывает смысл недоверия к стоящему у власти правительству и недовольства его действиями.

Для системной оценки использования различных метафор в испанском медийном дискурсе был проведён семантический анализ публикаций интернет-версии газеты EL MUNDO за период с 21 по 25 мая 2020 года. При этом для сегментации использованных в медийном дискурсе метафор учитывалась представленная выше классификация, предложенная А.П. Чудиновым.

В общей сложности анализу было подвергнуто 38 статей, размещённых в интернет-версии издания. В исследуемом материале выявлено 168 различных метафор. Средняя частота употребления различных метафор в одной статье составила 4,42. Более детально результаты проведённого исследования отражены в таблице.

Приведём примеры базовых метафорических моделей, представленных в медийном дискурсе за указанный период времени:

- антропоморфная метафора: чаще всего встречается в рассматриваемых медиатекстах в отношении общественных и политических объединений или каких-то явлений (экономических, социальных, политических и др.), которые наделяются некими «человеческими» характеристиками, например, «оживление инфляции» (*revitalización de la inflación*), бездушная речь (*discurso sin alma*) и др.;
- метафоры природы: также часто встречаются в анализируемых медиатекстах в отношении политических общественных организаций или процессов, которые наделяются природными

Базовые макромоделли метафор	Группа метафор	Количество в общем массиве	Средняя частота употребления, ед. в статье
Антропоморфная	Физиологическая	19	0,50
	Морбиальная	28	0,74
	Метафора родства	17	0,45
Метафора природы	Зооморфная	13	0,34
	Фитоморфная	15	0,39
Социоморфная	Криминальная	12	0,32
	Военная	9	0,24
	Театральная	7	0,18
	Спортивная	8	0,21
	Игровая	5	0,13
Артефактная	Метафора дома	12	0,32
	Метафора механизма	8	0,21

Таблица – Результаты исследования по оценки частоты использования различных метафор в испанском медийном дискурсе

чертами, например, «рост нищеты» (*pobreza creciente*), «рост безработицы» (*aumento del desempleo*), «море проблем» (*mar de problemas*) и др.;

- социоморфные метафоры, например, использование термина «гекатомба» (*hecatombe social*) в уже упоминаемом нами материале Х. Ламет [13], или метафоры «политическая мафия» (*mafia política*) в отношении действий депутатов, повышающих себе зарплаты на фоне пандемии коронавируса, упомянутой в статье В. Мондело [14];

- артефактные метафоры: чаще всего в рассматриваемом материале используются в описании действий конкретных политических деятелей, партий или общественных объединений, например, с позиции сравнения с техническим или производственным процессом: «конвейер принятия бестолковых решений» (*estúpido transportador de toma de decisiones*), «медики (ведут себя) как роботы» (*los doctores son como robots*) и др.

Как показывает проведённый анализ данных, в современном испанском медийном дискурсе наибольшей частотой употребления отличаются антропоморфные и социоморфная базовые макромоделли метафор – их совокупная частота в исследованных текстах составила 2,08 и 1,08 соответственно. При этом среди указанных групп выделяются морбиальные метафоры, иными словами, метафоры болезни, как отражение кризисных явлений в испанском социуме на фоне пандемии коронавируса, политических, экономических и социальных проблем современной Испании. Осмысление в медийном дискурсе актуальных драматических событий через морбиальные метафоры когнитивно и прагматически актуализирует понимание того, что болезнь не только препятствует развитию и усложняет ситуацию, но может быть предупреждена и излечима: «протесты охватывают (букв. – заражают) всё больше социальных слоёв общества» (*las protestas contagian a más capas sociales*); «доверие к правительству сильно пострадало» (*la credibilidad del Gobierno ha quedado muy dañada*); «лечить экономические последствия Ковид-19» (*curar los efectos económicos del Covid-19*); «смягчить последствия пандемии» (*aliviar las consecuencias de la pandemia*).

Исследование имеет практическое значение, так как предложенный подход в дальнейшем может быть использован в качестве основы для выявления языковых и экстралингвистических особенностей испанского медийного дискурса, изучения специфики отражения различных языковых конструктов в СМИ конкретной страны. Несмотря на то, что проведена выборка примеров за небольшой временной срок, она является репрезентативной для определения активных метафорических моделей в современном испанском медийном дискурсе. Вместе с тем, необходимо отметить, что дополнительные исследования использования метафор в испанском медийном дискурсе, как в традиционных, так и в цифровых СМИ, на основе более широкого анализа различных материалов и в более длительном временном контексте, безусловно будут способствовать глубокому и всестороннему изучению медийной дискурсивной специфики.

Список литературы

1. Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. М.: ЛКИ, 2011. 280 с.
2. Будаев Э.В. Метафора в политическом интердискурсе: монография / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов. Екатеринбург, Урал. гос. пед. ун-т, 2006. 215 с.
3. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь). М.: Флинта, 2008. 263 с.
4. Иовенко В.А. Национально-культурное мировидение в переводческом измерении: монография. М.: МГИМО-Университет, 2013. 224 с.
5. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. Волгоград, 2000, С. 5–19.
6. Ларионова М.В. Дискурсивная стратегия испанской партии “Подemos”: политика как борьба за смыслы // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2017. Т. 17. № 4. С. 389-394.
7. Ларионова М.В. Когнития и коммуникация: метафора в испанском медийном дискурсе / М.В. Ларионова, Г.С. Романова // Филологические науки в МГИМО, 2019. № 17(1). С. 26-34.
8. Larionova M.V. Léxico profesional en un texto mediático: enfoque pragmacognitivo en la enseñanza del EFE / M.V. Larionova, G.S. Romanova // Estudios sobre el léxico. Puntos y contrapuntos. / “Linguistic Insights. Studies in Language and Communication” Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford, Wien, 2016, pp. 451-498.
9. Ортега-и-Гассет Х. Две великие метафоры // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. С. 68-81.
10. Погребняк Н.В. Воздействующий потенциал метафоры в современном политическом медиадискурсе // Известия ВГПУ. Филологические науки, 2019. С. 118-125.
11. Тамерьян Т.Ю. Динамика метафорической вербализации образа Kanzlerin Angela Merkel / Т. Ю. Тамерьян, В.А. Цаголова // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика, 2019. Т. 10. № 1. С. 141-151.
12. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: монография. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2003. 251 с.
13. Lamet, J. El PP vaticina ya la ruptura del Gobierno del PSOE y Unidas Podemos. URL: <https://www.elmundo.es/espana/2020/05/22/5ec6f1c921efa03f4a8b466a.html>.
14. Mondelo, V. Quim Torra sube el sueldo a ex presidentes y ex consejeros en un decreto contra el coronavirus. URL: <https://www.elmundo.es/cataluna/2020/05/21/5ec6caf221efa0ca1c8b4694.html>

References

1. Boguslavskaja, V.V. *Modelirovanie teksta: lingvosotsiokulturnaia kontseptsia. Analiz zhurnalistskikh tekstov* [Text modeling: linguosociocultural concept. Analysis of journalistic texts]. Moscow: LCI, 2011, 280 p.
2. Budaev, E.V., Chudinov, A.P. *A metaphor in political interdiscourse: a monograph* [Metafora v politicheskom interdiskurse: monografiia]. Yekaterinburg, Ural State Pedagogical University, 2006, 215 p.
3. Dobrosklonskaia, T.G. *Medialingvistika: sistemny podkhod k izucheniiu iazyka SMI (sovremennaia angliyskaia mediarech')* [Medialinguistics: a systematic approach to the study of the language of the media (modern English media speech)]. Moscow: Flint, 2008, 263 p.
4. Iovenko, V.A. *Natsional'no-kul'turnoe mirovidenie v perevodcheskom izmerenii: monografiia* [National-cultural worldview in the translation dimension: a monograph]. Moscow: MGIMO-University, 2013. 224 p.
5. Karasik, V.I. O tipakh diskursa // *Iazykovaya lichnost': institutsional'nyi i personal'nyi diskurs* [On the types of discourse // Language personality: institutional and personal discourse]: collection of scientific papers. Volgograd, 2000, pp.5-19.
6. Larionova, M.V. *Diskursivnaia strategii ispanskoj partii "Podemos": politika kak bor'ba za smysly* [The Discursive Strategy of the Spanish Party “Podemos”: Politics as a Struggle for Meanings]. *Bulletin of the Saratov University. New Serie. Series: Philology. Journalism.* 2017. T. 17. № 4, pp. 389-394.
7. Larionova, M.V., Romanova, G.S. *Kognitsia i kommunikatsia: metafora v ispanskom mediynom diskurse* [Cognition and Communication: A Metaphor in Spanish Media Discourse]. *Philology at MGIMO*, 2019. no. 17(1), pp. 26-34.
8. Larionova, M.V., Romanova, G.S. *Léxico profesional en un texto mediático: enfoque pragmacognitivo en la enseñanza del EFE // Estudios sobre el léxico. Puntos y contrapuntos. / “Linguistic Insights. Studies in Language and Communication”* Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford, Wien, 2016, pp. 451-498.
9. Ortega-i-Gasset, H. *Dve velikie metafory* [Two great metaphors] // *Metaphor theory*. Moscow: Progress, 1990, pp. 68-81.
10. Pogrebnyak, N.V. *Vozdeistvuiushchiy potentsial metafory v sovremennom politicheskom mediadiskurse* [The Actual Potential of Metaphor in a Modern Political Media Discourse] // *News of Voronezh State Pedagogical University. Philological sciences*, 2019, pp. 118-125.
11. Tameryan, T.Yu., Tsagolova, V.A. *Dinamika metaforicheskoy verbalizatsii obraza Kanzlerin Angela Merkel* [The dynamics of metaphorical verbalization of the image of Kanzlerin Angela Merkel] // *Bulletin of the RUDN University. Series: Language Theory. Semiotics. Semantics*, 2019, vol. 10, no. 1, pp. 141-151.
12. Chudinov, A.P. *Metaforicheskaja mozaika v sovremennoy politicheskoy kommunikatsii: monografiia* [Metaphorical mosaic in modern political communication: a monograph]. Yekaterinburg, Ural State Pedagogical University, 2003, 251 p.
13. Lamet, J. El PP vaticina ya la ruptura del Gobierno del PSOE y Unidas Podemos. URL: <https://www.elmundo.es/espana/2020/05/22/5ec6f1c921efa03f4a8b466a.html>.

-
14. Mondelo, V. Quim Torra sube el sueldo a ex presidentes y ex consejeros en un decreto contra el coronavirus. URL: <https://www.elmundo.es/cataluna/2020/05/21/5ec6caf221efa0ca1c8b4694.html>.

Сведения об авторах:

Алимova Рушания Рашитовна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры испанского языка МГИМО МИД России (Россия, Москва). Сфера научных интересов: дискурс, медийный дискурс, лингвокультурология, лексическая семантика, когнитивная лингвистика. E-mail: ralimova@mail.ru

Яковлева Виктория Валентиновна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры испанского языка МГИМО МИД России (Россия, Москва). Сфера научных интересов: дидактика, лингвокультурология, лексическая семантика, когнитивная лингвистика. E-mail: cosvic@mail.ru

About the authors:

Rushania R. Alimova – PhD, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Spanish, MGIMO. Spheres of research and professional interests: discourse, media discourse, linguoculturology, lexical semantics, cognitive linguistics. E-mail: ralimova@mail.ru

Victoria V. Yakovleva – PhD, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Spanish, MGIMO. Spheres of research and professional interests: didactics, linguoculturology, lexical semantics, cognitive linguistics. E-mail: cosvic@mail.ru

* * *