DOI: 10.24833/2410-2423-2019-1-17-26-34

КОГНИЦИЯ И КОММУНИКАЦИЯ: МЕТАФОРА В ИСПАНСКОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

М.В. Ларионова, Г.С. Романова

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

Процесс мышления и процесс познания неизбежно включают в себя метафоризацию как один из способов осмысления окружающей нас реальности, когда новое и неизведанное мыслится через категории уже известного. Метафора как ментальная операция, основанная на аналогии, представляет собой универсальную категорию мышления и в то же время является частью национально-культурного мировидения. Устойчивость метафорической системы за счёт когнитивных констант не исключает вариативности метафорических моделей в зависимости от социальных, национально-культурных, исторических и иных параметров дискурсивного контекста. Ключевым принципом метафоры является принцип фиктивности – als ob – как если бы: одна область познания заимствует понятие из другой области. Когнитивные свойства метафоры позволяют не только именовать, но и моделировать реальность, поэтому в медийном дискурсе функциональная нагрузка, которую выполняют метафорические номинации, очень высока: метафора особым образом вербализирует окружающую реальность, создавая в коммуникативном пространстве нужный вектор её осмысления, восприятия и интерпретации. Научно-технический прогресс и стремительные социальные, экономические, политические трансформации окружающей действительности неизбежно приводят к необходимости создания метафорических номинаций для называния новых концептов и реалий нашей жизни: posverdad, contrato basura, burbuja bitcoin и др. В статье метафора как особая познавательная модель и способ моделирования действительности исследуется с точки зрения когнитивного и коммуникативного подходов на примере испанского медийного дискурса.

Ключевые слова: *испанский язык, дискурс, медийный дискурс, когнитивная метафора, концепт, мышление, коммуникация*

Медийный дискурс – это особая форма коммуникации, которая направлена на распространение общественно значимой информации, а также мнений, оценок, суждений через каналы СМИ [23, с. 15-21]. Медийный дискурс представляет собой многоаспектное полипрофессиональное дискурсивное пространство, так как репрезентирует различные виды дискурсов, такие как политический, экономический, юридический и др., что обусловлено коммуникативными целями и задачами, регулирующими его функционирование [17]. Именно медийный дискурс первым отражает существующие и новые реалии современной жизни, вербализирует их понятийное содержание, категоризирует и каталогизирует знания, структурируя таким образом мыслительные и поведенческие стандарты языкового коллектива.

Процесс мышления и процесс познания неизбежно включают в себя метафоризацию как один из способов осмысления окружающей реальности. Функционирование метафоры в дискурсивном пространстве является предметом

актуальных исследований многих отечественных и зарубежных учёных, которые обращают особое внимание на способность метафоры служить не только номинативным, но и когнитивным инструментом коммуникации: называя ту или иную реалию, метафора задаёт определённый подход для её интерпретации и аксиологической оценки: Н.Д. Арутюнова [2], И.М. Кобозева [7], А.П. Чудинов [12], О.Л. Михалева [9], А.Н. Баранов [3], Дж. Лакофф, М. Джонсон [8], Д. Болинджер [4] и др.

В соответствии с классическим определением, предложенным Н.Д. Арутюновой, в статье метафора анализируется как «*механизм речи, состоящий в употреблении слова, обозначающего некий класс предметов, явлений и т.п., для характеризации или наименования объекта, входящего в другой класс, либо наименование другого класса объектов, аналогичного данному в каком-либо отношении. В расширительном смысле «метафора» применяется к любым видам употребления слов в непрямом значении*» [1, с. 296]. Особенности метафорических номинаций, активно функционирующих в медийной среде, исследуются в аспекте их *когнитивной* и *коммуникативно-дискурсивной* парадигмы. Метафора анализируется как способ познания и объяснения действительности, основанный на аналогии, как средство преобразования языковой картины мира, существующей в сознании носителей языка, и как социально-языковой феномен реальной коммуникации, которая всегда детерминируется конкретно-историческим моментом развития общества, его культурой.

Когнитивный подход к изучению метафоры одними из первых предложили Дж. Лакофф и М. Джонсон в классическом исследовании «Метафоры, которыми мы живём». В соответствии с их теорией, «наша понятийная система носит преимущественно метафорический характер», и, следовательно, «*наши мышление, повседневный опыт и поведение в значительной степени обусловливаются метафорой*» [8, с. 165]. Иначе говоря, метафора представляет собой некую универсалию человеческого сознания, ментальную операцию, позволяющую генерировать новые знания путём сопоставления с уже существующими. Метафоры организуют накопленный опыт, отображают и конкретизируют его, создавая тем самым новые реальности. При этом, утверждение Дж. Лакоффа и М. Джонсона применимо не только к области повседневной жизни, о которой они писали свой труд, но и к любой области специальных знаний, например, к политической, экономической, научной, медийной сферам: метафора как источник когнитивного содержания служит для понимания, концептуализации и структурирования новой реальности через параметры, уже существующие в сознании.

Хосе Ортега-и-Гассет, выдающийся испанский социолог и философ, рассматривая феномен метафоры с точки зрения логико-философской теории, особо подчеркнул её когнитивную силу: «*для метафоры нужно, чтобы мы осознавали её двойственность. Метафора служит не только наименованию, но и мышлению. Метафора нужна нам не только для того, чтобы, благодаря полученному наименованию, сделать нашу мысль доступной для других людей; она необходима нам самим для того, чтобы объект стал доступен нашей мысли. (…) Объекты, к нам близкие, легко постигаемые, открывают мысли доступ к далёким и ускользающим от нас понятиям*» [10, с. 68].

Метафора как когнитивная, ментальная, операция, основанная на аналогии, заложена непосредственно в системе человеческого мышления, это особый интеллектуальный сценарий, по которому строится процесс познания и категоризации знаний. Декларативное знание, которое человек получает из тезауруса, он усваивает сравнительно легко, выучивая в процессе обучения родному или иностранным языкам названия предметов, действий и понятий, их функционал. Большая часть декларативного знания является результатом принятого языковым коллективом освоения и осмысления окружающего мира, оно включено в его тезаурус, то есть эксплицировано. Процедурное же знание, полученное в ходе применения последовательного набора логических операций, приводящих его к тому или иному выводу, резолютивному или оценочному, нередко скрыто, оно имплицировано в виде определённых схем, по которым человек думает и действует. Каким образом он представляет себе и осознает совокупность всех черт и возможностей сложного понятия? Как правило, подключая всю имеющуюся у него релевантную информацию, которую он черпает из сложившейся в его сознании языковой картины мира, так или иначе сравнивая новое с тем, что уже стало частью его знаний и опыта, объясняя и осмысляя сложное через знакомое и понятное [3, с.2, 19-23]. Именно поэтому метафора как проявление аналоговых возможностей

человеческого мышления является основной ментальной операцией в процессе мыслительной деятельности человека, способом познания и категоризации действительности.

Особенности концептуализации мира во многом определяются национальным, социальным и личностным сознанием. История, религия, искусство, литература, климат, география и ещё целый ряд социальных и культурных факторов формируют национальную концептосферу, на которой основана картина мира народа, и определяют взаимодействие универсальных и специфических особенностей мировидения. Анализ ключевых понятий, концептуализирующих мировосприятие, накапливающих и транслирующих основные смыслы того или иного национального сообщества и образующих его концептосферу, позволяет выявить различия в мировоззрении, а, следовательно, избежать проблем, связанных с непониманием.

Осмысляя новое явление, человек обычно действует по определённому сценарию – стереотипной для той или иной культуры процедуре: знания процедуры не истинны и не ложны, они непосредственно впаяны в конкретную лингвокультуру (так называемые скрипты, не эксплицированные семантические связи, например, причинно-следственные), и представителям иных культур они могут казаться странными, нелогичными, ложными. Декларативные знания также зависят от обучения и общения с окружением, но в меньшей степени, чем делаемые из этого выводы и оценки. Воспринимая или продуцируя некий дискурс, человек опирается на свою ментальную модель, тесно связанную с его знаниями о мире как личности и как члена лингвокультурной общности. Эта модель включает как простые представления (например, *Август – самый жаркий месяц года*), так и причинно-следственные (*Если человек заболел, значит, его сглазили*), а также ценностные, аксиологические иерархии (*Жених – настоящий красавец, у него все зубы золотые*). Как нетрудно заметить, приемлемость этих утверждений далеко не универсальна. Чтобы понять, например, смысл испанской реплики *No tenía abuelita* (*У него не было бабушки*), необходимо знать, что в испаноязычной лингвокультуре это косвенная отрицательная оценка невоспитанного человека, а отнюдь не одобрение его неизбалованности и самостоятельности, вытекающая из российских представлений о роли бабушек в воспитании внуков.

Метафора как один из самых продуктивных механизмов создания новых смыслов в структуре языка и особенно в пополнении лексики повседневного и научно-терминологического уровней – субъективна, как и сам носитель языка: она соотносит разные сущности в его сознании безотносительно к реальным различиям и сходствам этих сущностей. Таким образом, языковая личность осваивает новые явления, оперируя уже имеющимися понятиями, творит свою языковую картину мира [6].

Современный человек в быстро меняющемся мире чувствует себя растерянным и беспомощным, поскольку векторы перемен постоянно смещаются, его ожидания часто не оправдываются, а прогнозы и объяснения происходящего настолько противоречивы, что порой трудно отделить реальные факты от сбивающих с толку разнонаправленных комментариев. Недаром время, в которое мы живём, получило название эпохи *постправды*, а потоки новостей несут нам с собой немало *фэйк-ньюс*. Это заимствованное из английского языка слово так свойственно именно нынешней медийной среде, что ещё не все языки успели изобрести собственный термин для его адекватного перевода: так, в русском языке мы пользуемся преимущественно англоязычным заимствованием, транслитерируя его русскими буквами, в то время, как испаноговорящее сообщество предпочитает заменять его на понятное им *noticias falsas*.

Научно-технический прогресс и стремительные социальные, экономические, политические трансформации окружающей действительности неизбежно приводят к необходимости создания метафорических номинаций для называния новых концептов и реалий нашей жизни. Метафора, которая, по образному утверждению Хосе Ортега-и-Гассета, «*удлиняет руку интеллекта*», как раз и является удобным когнитивным механизмом, позволяющим это сделать: «*Es la metáfora un suplemento a nuestro brazo intelectivo* (...) *merced a ella transponemos los límites de lo pensable*» [10, с. 68]. Метафора устанавливает логическую связь между двумя понятийными сферами: хорошо известной участникам коммуникации «*сферой-источником*» и новой концептуальной сферой – «*сферой-мишенью*» ([8], [7], [12]), требующей осмысления и объяснения. Метафоры задают аналогии и рождают ассоциации между разными группами понятий, обеспечивая концептуализацию какого-либо фрагмента действительности по аналогии с уже

сложившейся системой понятий и ценностей. Философ и исследователь Эммануэль Лискано (Emmánuel Lizcano) утверждает, что все концепты, к какой бы сфере знания они ни относились, метафоричны [18].

В качестве примера когнитивной метафоры могут служить номинации различных политических эпох или периодов. Достаточно вспомнить знаменитые в силу их широкого использования метафоры *холодная война* (исп. *guerra fría*) и *новая холодная война* (исп. *nueva guerra fría*), русские *перестройка* и *гласность* (в испанском медийном дискурсе эти слова преимущественно транслитерировались: *perestroika, glasnost*), испанские *destape, deshielo, desarrollismo,* и др. Яркой иллюстрацией служит русская метафорическая номинация *оттепель* (в испанских медиа – *ottepel/deshielo*), которая используется как неофициальное название периода в истории СССР, связанного с пребыванием у власти Н.С. Хрущёва и развенчанием культа личности Сталина. В испанской истории был собственный период, получивший название *deshielo* (букв. *таяние льда*): он наступил после смерти Ф. Франко и ознаменовал окончание эпохи авторитаризма и переход к глубоким демократическим переменам в стране. Метафоры *оттепель/deshielo* сохраняют сходную метафорическую образность и имеют общее понятийное ядро, но их концептуальное содержание различается, так как является национально-специфичным и обусловлено несовпадением конкретных политических реалий и задач, стоящих перед странами. Устойчивость метафорической системы за счёт когнитивных констант не исключает вариативности метафорических моделей в зависимости от социальных, национально-культурных, исторических параметров дискурсивного контекста.

Отметим, что когнитивная метафора, по образному выражению А.Н. Баранова, «*поставляет» мышлению список возможных альтернатив для разрешения проблемной ситуации*» [3, с. 168] и в медийном дискурсе играет роль инструмента мышления, иными словами, предопределяет направление развития мысли, и, следовательно, задаёт и вектор поведения или возможных действий. Так, *оттепель/deshielo,* сохраняющая образную сему *смягчение, ослабление напряжённости,* активно используется вне своего конкретного национально-исторического содержания как общее имя для целого ряда аналогичных ситуаций, например: *deshielo entre PP y PSOE – восстановление сотрудничества между НП и ИСРП, deshielo norteamericano-cubano – разморозка отношений между США и Кубой, deshielo mexicano-cubano de 1971-1973 – потепление в мексикано-кубинских отношениях.*

Когнитивные свойства метафоры позволяют не только именовать, но и моделировать реальность одной понятийной области с помощью концептов из другой, не связанной с ней напрямую сферой. Ключевым принципом метафоры является принцип *фиктивности – als ob – «как если бы»* – [11, с.30-52]: одна область познания заимствует понятие из другой области. Основой для использования принципа фиктивности является этно-социо-психолингвистическая компетенция говорящего, то есть личностный фактор. При этом принцип фиктивности снимает многие ограничения для сравнения, с этой целью может привлекаться сущность из любого «возможного мира». Выбор ограничен лишь воображением и опытом языковой личности, так называемым *личностным тезаурусом,* по терминологии Ю.Н. Караулова [6, с. 85]. Творя метафору, языковая личность, во-первых, допускает возможность подобия двух сущностей, во-вторых, контекстом с его эпистемическими и психологическими установками фокусирует те их свойства, на основе которых их можно сравнивать, и, в-третьих, пропускает, как бы сквозь фильтр, признаки и ассоциации нового понятия, которые совмещаются с буквальным.

Приведём в качестве примера интернет-термины, заимствованные их создателями из бытовой сферы и ориентированные не на профессионалов-программистов, а на весьма широкий круг пользователей: электронная *почта/ correo* electrónico; электронный *адрес/ dirección* electrónica; электронный *почтовый ящик/ buzón* electrónico; *банк* данных/*banco* de datos; *база* данных/*base* de datos; *иконка/icono o ícono;* меню/ *menú*; окно/*ventana*; компьютерная *мышь/ratón; вирус, антивирус/ virus, antivirus* и др. Одной из прагматических установок создателей этой терминологии изначально была необходимость подобрать универсальные и как можно более простые для осознания метафоры, с целью моделирования новой понятийной области и введения в оборот очень большого числа будущих пользователей из различных стран мира совершенно новых знаний об информационных технологиях, ставших основой научной революции в области информатики и информации. Интересны и метафоры, которые не имеют научно-терминологического значения, но используются

в медийном дискурсе для понятийного обозначения Интернета, акцентируя те или иные стороны этого сложнейшего технологического изобретения: глобальная *сеть/red* global; всемирная *паутина/telaraña* global; *лабиринт/laberinto, киберпространство/ciberespacio,* цифровая *магистраль, шоссе/carretera, autopista* digital, информационный *океан/océano* de información и др.

В медийном дискурсе особую роль играет коммуникативная значимость метафоры как средства передачи информации. С помощью метафор сложная для восприятия информация подаётся в более удобной и понятной форме, например: *brotes verdes* del desarrollo económico/букв. *зелёные побеги* – возобновление экономического роста; *fondo paraguas/зонтичный фонд,* то есть фонд с дифференцированным размещением средств, что позволяет защитить их от рисков и легко менять структуру инвестиционного портфеля; *empresas pantalla/* букв. *компании-ширмы,* подставные фирмы; *apocálipsis financiero/финансовый апокалипсис; maquillaje financiero/*букв. *финансовый макияж,* приукрашивание финансовой отчётности; *teléfono inteligente/* букв. *умный телефон,* смартфон; *burbuja inmobiliaria/мыльный пузырь на рынке недвижимости, hipoteca basura/* букв. *мусорная ипотека,* необеспеченный ипотечный кредит. Краткость, образность и точность подобных номинаций являются необходимым условием для передачи специальных, в данном случае экономических, знаний в рамках медийного дискурса, адресованного очень широкому кругу людей, имеющих совершенно разный образовательный и интеллектуальный уровень. Отметим особо, что нередко удачный метафорический компонент порождает продуктивную модель для создания целого ряда аналогичных концептов-терминов из различных сфер реальности, объединённых общим метафорическим смыслом. Приведём примеры: *burbuja* – букв. *мыльный пузырь,* то есть, неоправданный высоко рисковый рост активности в каком-либо виде деятельности: *burbuja* tecnológica, *burbuja* bitcoin, *burbuja* bursátil, *burbuja* de las telecomunicaciones, *burbuja* de Internet, *burbuja* del alquiler, *burbuja* especulativa, *burbuja* política, *burbuja* redes sociales, etc.; или *basura* – букв. *мусор*, иными словами, то что не приносит ожидаемой пользы: crédito *basura*, comida *basura*, archivos *basura*, generación/gente *basura*, televisión *basura*.

Метафора, в силу своей когнитивной и коммуникативной специфики, является удобным дискурсивным инструментом для манипулирования общественным сознанием в медийном пространстве. Прагматический потенциал метафоры позволяет программировать именно тот ракурс восприятия действительности, который соответствует интересам и намерениям адресанта: «*Если предположить, что всё мышление является метафорическим, тогда всегда найдётся кто-нибудь, желающий помочь нам думать, подсказывая метафору, которая соответствует его взглядам, его постоянным представлениям о мире или временному стремлению к личному преимуществу*» [4, с. 32].

Это хорошо видно на примере концепта *posverdad – постправда,* пришедшего в другие языки из англоязычного медийного и политического пространства. В 2004 году вышла в свет книга американского социолога Ральфа Кейса (Ralph Keyes) «*Эра постправды*» [16]. Позже, в 2010 году, журналист Дейвид Робертс (David Roberts) использовал сочетание *политика постправды,* (post truth politics), характеризуя политиков, отрицающих изменения климата, несмотря на их научную очевидность, не оставляющую места сомнениям [22]. Однако только в 2016 году *post truth* стало словом года, по версии составителей британского Оксфордского словаря [подробнее см. 20]. Новый концепт соответствует определённому типу общественной, политической и дискурсивной культуры, при которой игнорируется объективность реальных событий, а информация основывается не на фактах, а на личных эмоциях, убеждениях и оценках. Неудивительно, что феномен *posverdad/постправды* стал частью медийной культуры информационного общества, в котором манипулирование массовым сознанием является одной из главных целей политических акторов. В немалой степени этому способствовали социально-политические события 2016 года: референдум о пребывании Великобритании в ЕС и скандальные выборы президента США.

Концептуальная метафора *posverdad – постправда* в полной степени согласуется с эпохой развития высоких технологий, эпохой Интернета. Интернет даёт возможность пользователю вести параллельную реальной жизнь в виртуальном пространстве. Реальное и виртуальное сливается в одно целое, поэтому не удивительно, что ложь может восприниматься как полуправда в мире придуманном. Мир воображаемый и мир реальный пересекаются в сознании, и та *постправда, которую легко и беззаботно при-*

нимаешь в виртуальной реальности, в реальной жизни, сквозь призму эмотивности, также может восприниматься как истина со всеми вытекающими последствиями.

Скорость (в ущерб достоверности), с которой в информационном обществе появляются и исчезают новости, огромное количество публикаций, точность которых не проверяется, особенно в социальных сетях, – все это та благодатная среда, в которой родился и активно функционирует концепт *posverdad – постправда.* В когнитивном плане массовая аудитория настроена на постоянный поиск сенсации, независимо от того, насколько надёжен источник этой информации и насколько она соответствует реальности. Испанский академический словарь (DLE) предлагает следующую трактовку концепта posverdad: «*distorsión deliberada de una realidad que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales*» [13] – *преднамеренное искажение реальности для манипулирования убеждениями и эмоциями с целью оказать влияние на общественное мнение и социальное поведение* (зд. и далее перевод авторов).

В условиях современной социально-политической реальности метафора *posverdad – постправда* в когнитивном пространстве медийного дискурса оказалась очень востребованной для категоризации нового социального феномена, то есть общественной ситуации, когда истина теряет свою объективность, интерпретируется в контексте определённой политической обстановки и трансформируется, исходя из того, что выгодно говорить в конкретный момент. Философский аспект понятия posverdad – постправда, таким образом, кроется не в том, чтобы отделить истину от лжи, а в том, чтобы установить условия, при которых решается, что считать истинным, а что ложным, создавая тем самым некую альтернативную реальность. Не случайно, почти одновременно с *постправдой* в англоязычном медийном дискурсе появилось и стало словом 2017 года (по мнению составителей толкового словаря английского языка Collins English Dictionary) понятие *fake news,* сразу же ассимилированное национальными дискурсивными практиками, *noticias falsas* в Испании, *фейк ньюс, фейковые (фальшивые) новости* в России, например. Его когнитивное содержание сводится к обозначению ложной, часто сенсационной информации, которая распространяется под видом новости, что в полной мере соответствует эпохе, когда эмоции оказываются значительно важнее, чем истина.

В условиях, когда реальность и вымысел легко меняются местами, обе метафоры стали продуктивными для образования целого ряда аналогичных номинаций, сохраняющих соответствующий когнитивный признак: ***posmentira*** – *la insistencia en la aseveración falsa, pese a los desmentidos fiables; y la descalificación de quienes la contradicen* [14] – настойчивое навязывание ложного утверждения, несмотря на наличие надёжных опровержений, и дискредитация тех, кто этому противоречит; ***pospolítica*** – *aquella en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de las decisiones públicas, que los pensamientos y creencias basados en los prejuicios, las obsesiones o las falsedades* [15] – политика, в которой объективные факты в меньшей степени влияют на формирование публичных решений, чем мысли и убеждения, основанные на предрассудках, навязчивых или ложных идеях; ***posdemocracia*** – *una forma de degradación de la democracia que se resume en la idea de que la democracia no funciona bien sino a la manera del desencanto, obedeciendo los intereses de las élites gobernantes en detrimento a las aspiraciones de la ciudadanía* [21] – состояние усталости и разочарования в обществе, когда демократия, сохраняя внешние признаки, утрачивает своё основное содержание, подчиняясь воле элит, действующих в собственных интересах вразрез с интересами большинства граждан; ***poscensura*** – *sistema represivo que no requiere leyes ni estado censor, y que impone sus prohibiciones infundiendo el miedo a ser catalogados como traidores a quienes se manifiestan al margen de la tesis dominante* [24] – репрессивная система, которая не основана на законе или цензуре и направлена против тех, кто не разделяет доминирующего в обществе мнения и потому считается предателем.

Компонент *falso* как часть метафорических номинаций также активно функционирует в испанской медийной среде, тиражируя новые номинации: *medios falsos/фейковые медиа,* то есть масс-медиа, создающие и распространяющие фейковые новости; *cuentas falsas/фейковые аккаунты* – анкеты в социальных сетях, представляющие несуществующего человека; *números falsos/фейковые номера* – виртуальные телефонные номера, с помощью которых можно отправлять, получать, переадресовывать звонки или сообщения, регистрироваться на форумах и в соцсетях, не сообщая настоящего номера; *fotos falsas/*

фейковые фотографии – фото-подделки, изображения несуществующих людей и др. А в русском медийном дискурсе наряду с прилагательным *фейковый* (от англ. *fake*) активно используется концепт *фейк*, который очень быстро ассимилировался, субстантивировался и употребляется как самостоятельная номинация, обозначающая любую подделку, фальсификацию, несуществующую ситуацию или событие, выдаваемое за подлинное.

Используя экспрессивно окрашенные наименования и подтекст, человек создаёт средства эмоционального воздействия, призванные вызвать у адресата запрограммированный эффект переживания, рассчитанный не на разум, а на чувства. При создании метафоры действуют две модальности: взгляд на объект сквозь призму эталонного для данного социума образа, символа или стереотипа и отношение к этому образу как результат переживания говорящим субъектом своего отношения к нему. Поэтому из всех тропов метафора наиболее эффективна по силе эмотивного воздействия. Французский социолог Пьер Бурдье, исследующий концептологию социального пространства, подчёркивает, что «*метафора даёт возможность изменить социальный мир, меняя представление об этом мире, которое вовлечено в создание его реальности*» [5, с. 34]. В этом состоит манипулятивная сила метафоры, которая особым образом вербализирует окружающую нас реальность, создаёт нужный вектор её осмысления, восприятия и интерпретации.

Таким образом, в медийном дискурсе метафорические номинации, обладающие особым когнитивным и коммуникативным потенциалом, функционируют не столько как классические риторические фигуры именования, но и как особая мыслительная практика, создающая возможность моделировать действительность и генерировать новые знания. При этом метафора как «дискурсивная практика» [3] выполняет важнейшую роль, так как именно она задаёт структуру социально-политической концептуализации и аргументации, она всегда социально-культурно и ситуативно обусловлена единством языковых и экстралингвистических факторов, взаимодействующих в определённом дискурсивном контексте. Именно это свойство метафоры определяет её активное функционирование в медийном дискурсе: «*La metáfora (...) es, quizá, el aspecto más apasionante de la vida de la lengua, de sus cambios, de sus interferencias, de su "ebullición" constante. Nada tiene, pues, de extraño que esté tan representada en el lenguaje periodístico*» [19, p. 173]. – Метафора представляет собой, пожалуй, самый захватывающий аспект жизни языка, его изменений, его интерференций, его постоянного и бурного развития. Поэтому нет ничего удивительного в том, что она так широко представлена в публицистическом дискурсе.

Список литературы

1. Арутюнова Н.Д. Метафора // Лингвистический энциклопедический словарь // под ред. В.Н.Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990. С.296.
2. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.
3. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику: Учебное пособие. Изд. 4-е, испр. и доп. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 368 с.
4. Болинджер Д. Истина – проблема лингвистическая // Язык и моделирование социального взаимодействия. М.: Прогресс, 1987. С. 23-44.
5. Бурдье П. Описывать и предписывать. Заметки об условиях возможности и границах политической действенности / пер. с фр. А. Бикбокова // Логос. 2003. № 4-5(39). С. 33-41.
6. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. 6-е изд. М.: Изд-во ЛКИ/URSS, 2007. 267 с.
7. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика. М.: Эдиториал УРСС, 2000. 352 с.
8. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём. М.: УРСС, 2004. 256 с.
9. Михалева О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 256 с.
10. Ортега-и-Гассет Х. Две великие метафоры // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. С. 68-81.
11. Телия В.Н. Метафора как модель смыслопроизводства и её экспрессивно-оценочная функция //Метафора в языке и тексте. М: Наука, 1988. С. 26-52.
12. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000). Монография. Екатеринбург: Урал. Гос. Пед. университет, 2001. 238 с.
13. Diccionario de la lengua española Versión electrónica de la 23ª edición. 23.1 – Actualización diciembre 2017. Documento disponible en: www.rae.es/obras-academicas/diccionarios/diccionario-de-la-lengua-espanola (Consulta: 23 de julio de 2018)

14. Grijelmo A. El arte de la manipulación masiva. Documento disponible en: https://elpais.com/elpais/2017/08/22/opinion/1503395946_889112.html (Consulta: 24 de julio de 2018)
15. Gutiérrez-Rubi A. Posverdad & Pospolítica. Documento disponible en: https://www.gutierrez-rubi.es/2017/05/10/posverdad-pospolitica/ (Consulta: 28 de julio de 2018)
16. Keyes R. The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life. N. Y.: St. Martin's Press, 2004. 320 p.
17. Larionova M., Romanova G. Léxico profesional en un texto mediático: enfoque pragmacognitivo en la enseñanza del EFE // Estudios sobre el léxico. Puntos y contrapuntos. Series: Linguistic Insights - Volume 205: Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford, Wien. 2016. P. 451- 498.
18. Lizcano E. (2006). Metáforas que nos piensan: Sobre ciencia, democracia y otras poderosas ficciones. Madrid: Ediciones. Bajo Cero / Traficantes de sueños. 274 p. Documento disponible en: https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Metaforas%20que%20nos%20piensan-TdS.pdf (Consulta: 25 de julio de 2018)
19. Martínez Hernando B. Lenguaje de la prensa. Madrid: Eudema, 1990.
20. Oxford Dictionaries. Available at: https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth (Accessed 24 July 2018)
21. Ranciere J. Universidad Paris VIII Democracia y Post-democracia. Documento disponible en: www.bdigital.unal.edu.co/20725/1/16918-53113-1-PB.pdf (Consulta: 24 de julio de 2018)
22. Roberts D. Post truth politics. Documento disponible en: https://grist.org/article/2010-03-30-post-truth-politics/ (Consulta: 27 de julio de 2018)
23. Romero Gualda M.V. El español en los medios de comunicación. Madrid, Arco/Libros, 1993. 72 p.
24. Soto Ivars J. De la posverdad a la poscensura: obsesionados con no ofender. Documento disponible en: www.elmundo.es/papel/historias/2017/04/30/5901ea48268e3e2c078b45c3.html (Consulta: 24 de julio de 2018)

Сведения об авторах:

Ларионова Марина Владимировна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры испанского языка МГИМО МИД России. Научная специализация: романские языки, когнитивная лингвистика, дискурсивные исследования, межкультурная коммуникация, культурология. E-mail: larionova.m@list.ru.

Романова Галина Семёновна – кандидат филологических наук, доцент, профессор кафедры испанского языка МГИМО МИД России. Научная специализация: романские языки, когнитивная лингвистика, дискурсивные исследования, социолингвистика, межкультурная коммуникация, культурология.
E-mail: gromanova.home@gmail.com.

COGNITION AND COMMUNICATION: METAPHOR IN THE SPANISH MEDIA DISCOURSE

Marina V. Larionova, Galina S. Romanova

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

The Abstract: *The process of thinking and the process of cognition inevitably include metaphorization as one of the ways of conceptualization of the reality, when new and unknown things are thought through categories of already known. Metaphor as a mental operation based on analogy, represents a universal category of thinking. Nevertheless, metaphors are part of a national cultural worldview. The stability of the metaphorical system due to cognitive constants does not exclude the variability of metaphorical models that depend on social, national-cultural, historical and other parameters of the discursive context. The key principle of metaphor is the principle of fictitiousness - als ob - as if: one area of knowledge borrows the concept from another area. Cognitive properties of metaphors allow not only to name, but also to model the reality; therefore in media discourse the functional load of the metaphorical nominations is very high. Scientific and technological progress and the speed that operates social, economic and political transformations of the surrounding reality leads to inevitable creation of metaphors for naming new concepts and realities of our life.*

In the article, metaphor as a special cognitive model and a way of modeling the reality is investigated from the point of view of cognitive and communicative approaches, on the example of the materials of the Spanish media discourse.

Key Words: *Spanish language, discourse, media discourse, cognitive metaphor, concept, mental operations, communication*

References

1. Arutyunova N.D. Metafora [Metaphor]// Lingvisticheskii e`ntsiklopedicheskii slovar` [Linguistic encyclopedic dictionary]// pod red. V.N. Iarceva. M.: Sovetskaia e`ntsiklopediia, 1990. P. 296.
2. Arutyunova N.D. Iazy`k i mir cheloveka [Human language and world]. M.: Yazy`ki russkoi kul`tury`, 1999. 896 p.
3. Baranov A.N. Vvedenie v prikladnuiu lingvistiku [Introduction to Applied Linguistics]: Uchebnoe posobie. Izd. 4-e, ispr. i dop. M.: Knizhny dom «LIBROKOM», 2013. 368 p.
4. D. Bolindzher, Istina – problema lingvisticheskaia [Truth is a linguistic problem]// Yazyk i modelirovanie socialnogo vzaimodeistviia [Language and modeling of social interaction]. M.: Progress, 1987. P. 23-44.
5. Burde P. Opisyvat i predpisyvat. Zametki ob usloviiakh vozmozhnosti i granitsakh politicheskoi deistvennosti [Describe and prescribe. Notes on the conditions of possibility and the limits of political effectiveness]/ per. s fr. A. Bikbokova // Logos. – 2003. № 4-5(39). P. 33-41.
6. Karaulov Yu.N. Russkii iazyk i iazykovaia lichnost` [Russian language and linguistic personality]. 6-e izd. M.: Izd-vo LKI/URSS, 2007. 267 p.
7. Kobozeva I.M. Lingvisticheskaia semantika [Linguistic semantics]. M.: Editorial URSS, 2000. 352 p.
8. Lakoff G., Johnson M. Metafory, kotorymi my zhiviom [Metaphors We Live By]. M.: URSS, 2004. 256 p.
9. Mikhaleva O.L. Politicheskii diskurs: Specifika manipuliativnogo vozdeistviia [Political Discourse: The Specificity of Manipulative Impact]. M.: Knizhny dom «LIBROKOM», 2009. 256 p.
10. Ortega-y-Gasset J. Dve velikie metafory [Two Great Metaphors]//Teoriia metafory [Theory of Metaphors]. M.: Progress, 1990. P. 68-81.
11. Teliya V.N. Metafora kak model smysloproizvodstva i eio ekspressivno-otsenochnaia funktsiia [Metaphor as a model of sense production and its expressive-evaluative function] //Metafora v iazyke i tekste [Metaphor in language and text]. M., Nauka, 1988. P. 26-52.
12. Chudinov A.P. Rossiia v metaforicheskom zerkale: Kognitivnoe issledovanie politicheskoi metafory (1991-2000) [Russia in the metaphorical mirror: Cognitive study of political metaphor (1991-2000)]. Monografiia. Ekaterinburg: Ural. Gos. Ped. universitet, 2001. 238 p.
13. Diccionario de la lengua española Versión electrónica de la 23ª edición. 23.1 – Actualización diciembre 2017. Documento disponible en: www.rae.es/obras-academicas/diccionarios/diccionario-de-la-lengua-espanola (Consulta: 23 de julio de 2018)
14. Grijelmo A. El arte de la manipulación masiva. Documento disponible en: https://elpais.com/elpais/2017/08/22/opinion/1503395946_889112.html (Consulta: 24 de julio de 2018)
15. Gutiérrez-Rubi A. Posverdad & Pospolítica. Documento disponible en: https://www.gutierrez-rubi.es/2017/05/10/posverdad-pospolitica/ (Consulta: 28 de julio de 2018)
16. Keyes R. The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life. N. Y.: St. Martin's Press, 2004. 320 p.
17. Larionova M., Romanova G. Léxico profesional en un texto mediático: enfoque pragmacognitivo en la enseñanza del EFE // Estudios sobre el léxico. Puntos y contrapuntos. Series: Linguistic Insights - Volume 205: Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford, Wien. 2016. P. 451- 498.
18. Lizcano E. (2006). Metáforas que nos piensan: Sobre ciencia, democracia y otras poderosas ficciones. Madrid: Ediciones. Bajo Cero / Traficantes de sueños. 274 p. Documento disponible en: https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Metaforas%20que%20nos%20piensan-TdS.pdf (Consulta: 25 de julio de 2018)
19. Martínez Hernando B. Lenguaje de la prensa. Madrid: Eudema, 1990.
20. Oxford Dictionaries. Available at: https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth (Accessed 24 July 2018)
21. Ranciere J. Universidad Paris VIII Democracia y Post-democracia. Documento disponible en: www.bdigital.unal.edu.co/20725/1/16918-53113-1-PB.pdf (Consulta: 24 de julio de 2018)
22. Roberts D. Post truth politics. Documento disponible en: https://grist.org/article/2010-03-30-post-truth-politics/ (Consulta: 27 de julio de 2018)
23. Romero Gualda M.V. El español en los medios de comunicación. Madrid, Arco/Libros, 1993. 72 p.
24. Soto Ivars J. De la posverdad a la poscensura: obsesionados con no ofender. Documento disponible en: www.elmundo.es/papel/historias/2017/04/30/5901ea48268e3e2c078b45c3.html (Consulta: 24 de julio de 2018)

About the authors:

Marina Larionova – Ph.D. Philology, Associated professor of Spanish Department at Moscow State Institute of International Relations. Scientific specialization: Romance languages, Cognitive linguistics, Discursive research, Cross-cultural communication, Cultural science. E-mail: larionova.m@list.ru.

Galina Romanova – Ph.D. Philology, Professor lecturer of Spanish Department at Moscow State Institute of International Relations. Scientific specialization: Romance languages, Sociolinguistics, Cognitive linguistics, Discursive research, Cross-cultural communication, Cultural science. E-mail: gromanova.home@gmail.com.

* * *