

МЕТАФОРЫ ВОЛНЫ В ЗАГОЛОВКАХ РОССИЙСКОЙ И ИСПАНСКОЙ ЕЖЕДНЕВНОЙ ПРЕССЫ В 2017 Г.: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Wave Metaphors in the Headlines in Russian
and Spanish Daily Press in 2017: a Contrastive Analysis

Tatiana Mukhortikova
tamuk@alumni.uv.es
University of Valencia (Spain)

ISSN: 1698-322X ISSN INTERNET: 2340-8146

Fecha de recepción: 27.04.2019

Fecha de evaluación: 26.10.2019

Cuadernos de Rusística Española n° 15 (2019), 41 - 53

РЕЗЮМЕ

Данная статья содержит контрастивный анализ метафор в языках разных языковых групп: славянской (русский) и романской (испанский). Теоретическую базу составляют источники на русском, испанском, английском и каталонском языках, описывающие национальную лингвокультурологическую специфику метафорических ассоциаций, а также их применение в журналистских текстах. В качестве объекта исследования выбран заголовок как несущий основную смысловую нагрузку текстуальный элемент медийного материала. Для сопоставительного анализа выбраны статьи, опубликованные в 2017 г. в электронных версиях изданий. Согласно актуальным тенденциям медиалингвистики, работа выполнена в междисциплинарном фокусе и основана на методологических постулатах лингвистического исследования журналистского текста. Результаты анализа позволяют выявить общее и частное в практическом использовании метафорических выражений лексемы «волна» в газетах, издаваемых на русском или испанском языке, обозначить тематические сферы и прагматические рамки их применения.

Ключевые слова: метафора, медиалингвистика, заголовок, испанский язык, русский язык

ABSTRACT

This article presents a contrastive analysis of metaphors in the languages belonging to different language families: Slavic (Russian) and Romanic (Spanish). We base our study on theoretical works in Russian, Spanish, English and Catalan, which describe national, linguistic, and cultural specifics of metaphorical associations, and their application to journalistic texts. The object of research is a headline as the crucial semantic element of media text. We chose materials published in 2017 in Web versions of newspapers. According to the current trends of media language researches, this article was realized in an interdisciplinary perspective. It connects methodological postulates of linguistic studies with the journalistic text. The results of the investigation allow us to identify the general and the particular in the empirical use of wave metaphorical expressions in the newspapers published in Russian or Spanish language, and distinguish specific thematic fields and pragmatic areas of its application.

Keywords: metaphor, media language, headline, Spanish language, Russian language

1. ВВЕДЕНИЕ

В последнее время наблюдается возросший интерес к сопоставительному изучению лингвокультур, их самобытности и культурно-исторической эквивалентности (Носкова, 2017: 44-45). В свою очередь, метафора как один из важнейших элементов кодирования действительности, позволяющий преобразовать информацию в осязаемый художественный образ (Алефиренко, Нуртазина, 2018: 52), является незаменимым элементом при сопоставлении двух языковых культур и неизменным индикатором их социоконструктивистских особенностей (Маслова, 2001; Tkáčová, 2010: 1; Jiménez García, 2014: 2).

Согласно распространённому в прошлом мнению, функциональная роль как журналистской, так и литературной метафоры сводилась, прежде всего, к яркой номинации информационного объекта (Бессарабова, 1990; González Ruiz, 2010: 124). В настоящий момент в лингвистике превалирует когнитивный подход к изучению метафоры, согласно которому она является результатом ментальной операции присвоения новой номинации объекту на основе аналогии (Lakoff, 1993: 207). Метафора представляет собой взаимодействие «семантики и психологии, воображения и чувственного мировосприятия» (Ricoeur, 1980: 264) и апеллирует к двум ментальным пространствам: представляемому объекту (области-источнику) и тому, чему данный объект уподобляется (области-мишени) (Lakoff, 1993: 207; Moreno, 2005: 499). «Сформировавшиеся в результате опыта взаимодействия человека с окружающим миром элементы сферы-источника структурируют менее понятную концептуальную сферу-мишень», в чём и заключается когнитивный потенциал метафоры (Будаев, 2007а: 22).

Метафора сама по себе не содержит никакого статического значения, она раскрывается в воображении читателя благодаря универсальности метафорической операции, позволяющей структурировать наш индивидуальный опыт познания действительности на основании аналогии (Арутюнова, 1978; Степанов, 1998; Кобозева, 1993; Lakoff & Johnson, 1995). Для исследования журналистской метафоры большое значение имеют лингвистические и социокультурологические факторы, которые предопределяют социальное понимание журналистского текста (Villanueva, 1994: 279-280). Для понимания метафоры необходимо знание как минимального (сопровождающие семантические элементы), так и широкого контекста (автор, его жизненный и профессиональный опыт, коммуникативная ситуация, социально-политическая обстановка) (Авеличев, 1974: 33). Широкий контекст, включающий опыт и знания читателя, оказывает решающее влияние на интерпретацию метафоры. Так, фразу «Нам необходимы альтернативные источники энергии» работник нефтеперерабатывающего завода и активист экологической организации поймут по-разному (Lakoff & Johnson, 1995).

С одной стороны, когнитивная метафора обеспечивает смысловую согласованность журналистского текста (Villanueva, 1994: 281). Например, газетная статья под заголовком «Слезает с иглы» построена на основе метафорической модели «НЕФТЬ – ЭТО НАРКОТИК», в тексте материала содержатся метафоры «углеводородная ломка», «нефтяная игла» (Филатов, 2014: 147-148). Другими словами, метафоры медийного дискурса формируют смысловую цепочку ассоциаций, позволяющих

установить базовую метафорическую модель, на которую они опираются (Romano, 2010). С другой стороны, журналистская метафора носит серийный характер и применяется, чтобы избежать ненужного повторения или же выразить идею в экспрессивной форме (Hellsten & Renvall, 1997: 41). Другая важная миссия медийной метафоры состоит в передаче оценки. С этой точки зрения даже укоренившиеся в журналистском языке выражения сохраняют некоторую долю оценки благодаря экспрессивности и эмоциональности, изначально заложенной в метафоре (Тупицына, Скороходова, 2009: 109).

Важнейшей особенностью журналистской метафоры является *componente nacional* («национальный компонент») (Верещинская, 2008: 72-77), отражение той или иной манеры восприятия мира согласно культурным, социальным, политическим тенденциям, доминирующим в обществе в определенный исторический период. Несмотря на универсальный характер метафоризации, культурно-исторические особенности каждой нации предопределяют образование метафорических выражений в языке (Верещинская, 2008: 72). Метафора формирует концепт национальной идентичности и передает социальные ценности (Bustos, 2000: 246). В свою очередь, исследование её семантики позволяет изучать политическую, экономическую и социальную историю страны. Частота использования того или иного термина делает возможной реконструкцию социально-политической картины (Тупицына, Скороходова, 2009: 111).

Исследователи медийной метафоры отмечают существование общего для социокультурной общности знания, позволяющего коммуникацию между носителями языка. Речь идёт об аллюзиях, общепринятых оценках исторического события или произведения искусства, которые способны интерпретировать только представители определённой лингвокультуры (Teruel, 1995: 94; Окунева, 2010: 136). Эмпирический анализ издаваемых на разных языках журналистских материалов позволяет сделать вывод о наличии определённых концептуальных моделей метафорического переноса, характерных для данного лингвопространства или же типичных для определённой эпохи (Будаев, 2007b; Окунева, 2010: 135-145; Барабаш и Пенчева, 2017: 43-58). Под моделью метафорического переноса в данном случае подразумеваются «тематически связанные поля сигнификативных дескрипторов» (Баранов, 2014: 29). Например, британские СМИ при освещении политических событий обращаются к метафорической модели «ПОЛИТИКА – ЭТО ТЕАТР» (Солопова, 2006). В российском журналистском дискурсе встречается метафорическая модель «ПРЕЗИДЕНТ – ЭТО МОНАРХ», в то время как в американском «ПРЕЗИДЕНТ – ЭТО МЕНЕДЖЕР» (Будаев, 2007b: 3).

Целью данного исследования является выявить метафоры, содержащие лексему «волна» (*oleada*) в испанской и российской прессе, установить тематические особенности использования данного типа метафор в журналистских текстах. Мы предполагаем, что анализ использования метафор одного семантического поля, содержащих идентичную исходную лексему, также позволит установить лингвокультурологические, контекстуальные и тематические особенности их использования. Мы также предполагаем, опираясь на словарные дефиниции (Ожегов; Diccionario de la Real Academia Española), что метафоры волны отражают количественный аспект информационного объекта.

2. ОБЪЕКТ И МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ

Корпус эмпирического исследования представлен заголовками новостных материалов, опубликованных в четырёх периодических изданиях, два из которых издаются на русском языке («Известия», «Коммерсантъ») и два – на испанском (*El Mundo* и *ABC*). Материал исследования собран методом мониторинга страниц электронных версий изданий, путём сплошной выборки. Анализ выполнен индуктивным методом в синхронной перспективе, темпоральный охват – с 1 января по 31 декабря 2017 г. Были проанализированы 77 заголовков информационных статей, 39 из которых обнаружены в текстах российских изданий, 38 – в испанском сегменте (таблица 1). Исследование носит дескриптивный характер и опирается на методологические основы лингвистического анализа, учитывающие стилистические и функциональные особенности журналистского текста.

Таблица 1. Количественное распределение метафор

	Периодическое издание	Количество заголовков, содержащих метафоры лексемы «волна»
Российский сегмент	Известия	25
	Коммерсантъ	14
Испанский сегмент	El Mundo	22
	ABC	16
Общее количество метафор		77

После публикации в 1980 г. фундаментальной работы в области когнитивной лингвистики «Метафоры повседневной жизни» Лакоффа и Джонсона в науке превалирует когнитивный подход к изучению метафоры. Данная парадигма позволяет комбинировать изучение когнитивной и лингвистической стороны явления (структурные и формальные особенности метафорического выражения) в сочетании с социально-культурными контекстуальными факторами, повлиявшими на появление и интерпретацию конкретной метафоры (Johnson, 1991: 171; Lakoff & Johnson, 1995: 186).

В структурном анализе журналистской метафоры мы опираемся на терминологию Теруэль, которая, следуя предложению Блэка, разграничивает *рамку* и *фокус* метафорического выражения (Teruel, 1997: 236-237; Black, 1955: 275). Под *фокусом* медийной метафоры Теруэль понимает семантическое ядро высказывания, а под *рамкой* – все текстуальные элементы, направляющие читателя к интерпретации метафоры и усиливающие её действие (Teruel, 1997: 236-237). Кроме того, Теруэль выделяет *тему* как важный структурный компонент журналистской метафоры и трансцендентальный элемент анализа (Teruel, 1997: 240), поэтому мы считаем нужным сосредоточиться на этом контекстуальном аспекте. Данный критерий представляется особенно важным, принимая во внимание решающее значение прагматического фактора при анализе журналистских текстов, являющихся продуктом социально-политической реальности, так как именно актуальность определённых событий в определённый промежуток времени определяет тематику в журналистском дискурсе (Fairclough, 1995: 52).

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

По результатам практического исследования метафор российского сегмента, самая многочисленная группа изречений относится к тематической сфере экономики. Некоторые примеры содержат повседневные метафорические выражения, апеллирующие экономическими терминами в качестве компонента-рамки: *волна продаж* («Известия», 10.02.2017), *волна реэкспорта* («Известия», 01.03.2017), *волна банкротств* («Коммерсантъ», 25.08.2017), *волна дефляции* («Известия», 07.09.2017). Однако в проанализированных текстах встречаются и художественные метафоры, содержащие культурные аллюзии (Окунева, 2010: 136; Teruel, 1995: 94), которые способны интерпретировать носители рассматриваемой лингвокультуры. Так, выражение «*Завтра была волна*» («Коммерсантъ», 01.09.2017) генерирует в сознании читателя ассоциацию с известным советским кинофильмом «Завтра была война» режиссёра Юрия Кары. В тексте речь идёт о разработке долгосрочной концепции экономического развития, а автор материала намекает на масштаб предстоящих перемен.

Второй в количественном соотношении является категория метафор, классифицирующих происшествия и преступления. Некоторые из примеров связаны с информатикой: *волна атак* («Известия», 26.01.2017), *волна кибератак* («Известия», 09.07.2017), *волна информационных атак* («Коммерсантъ», 12.09.2017). Другие выражения апеллируют к количеству актов «телефонного терроризма» и формируют метафорическую цепочку: *волна звонков* («Известия», 20.09.2017; «Коммерсантъ», 05.10.2017) и *волна сообщений* («Известия», 20.09.2017) спровоцировали *волну эвакуаций* («Коммерсантъ», 12.09.2017; 20.09.2017). Аналогичное количество метафор содержит тематический блок «Международные события». Высказывание *волна протестов* («Известия», 14.08.2017; 07.09.2017; 08.11.2017; 11.12.2017) встречается в заголовках информационных материалов на протяжении года, замечено также единичное использование фразы *волна терроризма* («Известия», 14.08.2017). Метафоры сопровождаются усиливающими действие глаголами «накрыть», «охватить», а также характеризующими прилагательными «новый», «уличный». Некоторые зарегистрированные метафоры рассматривают миграционные процессы внутреннего и внешнего направления и классифицируют их как *волна эмиграции* и *волна миграции* («Коммерсантъ», 10.08.2017; 23.02.2017), добавляя прилагательное «новый» в трёх примерах.

Схожее количество метафор содержит тематический блок «Международные события». Высказывание *волна протестов* («Известия», 14.08.2017; 07.09.2017; 08.11.2017; 11.12.2017) встречается в заголовках информационных материалов на протяжении года, замечено также единичное использование фразы *волна терроризма* («Известия», 14.08.2017). Метафоры описывают политические события на Ближнем Востоке, в США, испанской Каталонии, и сопровождаются усиливающими действие глаголами «накрыть», «охватить», а также характеризующими прилагательными «новый», «уличный». Некоторые зарегистрированные метафоры рассматривают европейские миграционные процессы внутреннего и внешнего направления и классифицируют их как *волна эмиграции* и *волна миграции* («Коммерсантъ», 10.08.2017; 23.02.2017), добавляя прилагательное «новый» в трёх примерах.

Несколько отмеченных в заголовках материалов метафорических выражений описывают климатические явления: *волна наводка* («Известия», 18.05.2017; 21.06.2017), *волна потопа* («Известия», 30.06.2017), *волна ливней и гроз* («Известия», 30.06.2017), *волна бабьего лета* («Известия», 08.09.2017; 10.09.2017). Сопровождаются высказывания прилагательными «второй» и «новый» и географическим указанием региона («в Алтайском крае», «в Москве»). Следует отметить, что чаще всего метафоры описывают экстремальные природные явления водного характера, близкие по семантическому охвату к термину «волна». Наконец, три одиночных примера охватывают сферы здоровья, образования и искусства. Речь идёт о выражениях *волна гриппа* («Известия», 12.01.2017), *волна ЕГЭ* («Известия», 13.12.2017) и *волна рок-концертов* («Коммерсантъ», 18.12.2017).

Испанский сегмент корпуса содержит большее количество метафор, чем российский, что косвенно свидетельствует о более широком метафорическом использовании лексемы «волна» в испанском языке. Первая и самая многочисленная подгруппа включает выражения, которые рассматривают внутренние происшествия. Например, *oleada de robos* (волна краж) («Эль Мундо», 12.01.2017; 03.04.2017; ABC, 05.06.2017), *oleada de ciberataques* (волна кибератак) («ABC», 01.09.2017), *oleada de agresiones* (волна агрессии) («ABC», 30.05.2017) или *oleada de incidentes* (волна инцидентов) («Эль Мундо», 21.12.2017). Метафоры сопровождаются обстоятельствами места: *en Sevilla* (в Севилье), *en Villa-Real* (в Вилья-Реаль), *en el 'Beverly Hills' de Aravaca* (в аравакском Беверли-Хиллз, что даёт ёмкую характеристику месту происшествия). Другая подгруппа изречений отражает панораму политической жизни страны и содержит метафоры *oleada de candidatos* (волна кандидатов) («Эль Мундо», 22.12.2017) или *oleada de criticas* (волна критики) («Эль Мундо», 20.06.2017).

Вторая в количественном аспекте группа метафор отражает события международного характера. Фраза *oleada de protestas* обращается к сложной политической обстановке Великобритании и на Ближнем Востоке, а также описывает протесты против политики Трампа в США. Два заголовка содержат метафору *oleada de protestas* (волна протестов) («ABC», 18.09.2017; 11.12.2017), сопровождаемую указанием причины: *por la decisión de Trump* (из-за решения Трампа), *por la absolución* (из-за снятия обвинений). Экспрессивное действие метафорического образа *oleada de violencia* (волна жестокости) («Эль Мундо», 25.08.2017; «ABC», 05.04.2017) усиливает определение *sin precedentes* (беспрецедентный). Рамочные компоненты метафор *oleada de ataques* (волна нападений) («Эль Мундо», 24.07.2017) и *oleada de arrestos* (волна арестов) («ABC», 16.06.2017) указывают на место действия: *en Londres* (Лондон), *en Egipto* («в Египте»).

В большем количестве, чем в текстах российских изданий, представлены в испанском сегменте метафоры, связанные с проблемами эмиграции, что объясняется прагматическим контекстуальным фактором: проблемы нелегальной эмиграции широко обсуждаются в испанском обществе, сильно затронутым европейским миграционным кризисом. Изречения *oleada de pateras* (волна плотов) («Эль Мундо», 13.03.2017, 12.04.2017, 28.05.2017, 12.07.2017; «ABC», 18.11.2017) и *oleada de inmigrantes* (волна эмигрантов) («ABC», 04.07.2017; «Эль Мундо», 30.08.2017) сопровождаются усиливающими глаголами *frenar* (остановить), *colapsar* (блокировать), обозначающими необходимость противодействия «волне», и указаниями места действия: *en las costas*

andaluzas (на берегах Андалусии), *a las costas del Estrecho* (на берегу Эстречо). Как и статьи российского сегмента, испанская часть корпуса включает метафоры, описывающие погодные явления стихийного характера. Однако в отличие от текстов российских изданий, рассматривающих предпочтительно водные феномены, в испанских речь идёт о земных стихийных бедствиях: пять зарегистрированных метафор интерпретируют как *oleada de incendios* (волна лесных пожаров) («Эль Мундо», 17.10.2017, 19.10.2017, 23.11.2017; «АВС», 30.04.2017, 16.10.2017) крупные лесные пожары на севере страны и в Португалии. Корпус также содержит две одиночные метафоры экономической сферы: *oleada de liberalizaciones* (волна либерализации) («Эль Мундо», 10.10.2017) и мира искусства: *oleada de series* (волна сериалов) («АВС», 08.09.2017).

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведённого эмпирического анализа установлено, что в испанском сегменте большее количество примеров описывают внутренние происшествия (график 2), в то время как в российском сегменте количество распределилось поровну между внутренними и международными новостями (график 1). Данное явление, на наш взгляд, объясняется особенностями международной политической ситуации (сложные отношения России с западными странами, действующие с 2014 г. санкции), за которой в российской прессе следят более пристально, чем в испанской.

График 1. Панорама распределения метафор в российском сегменте

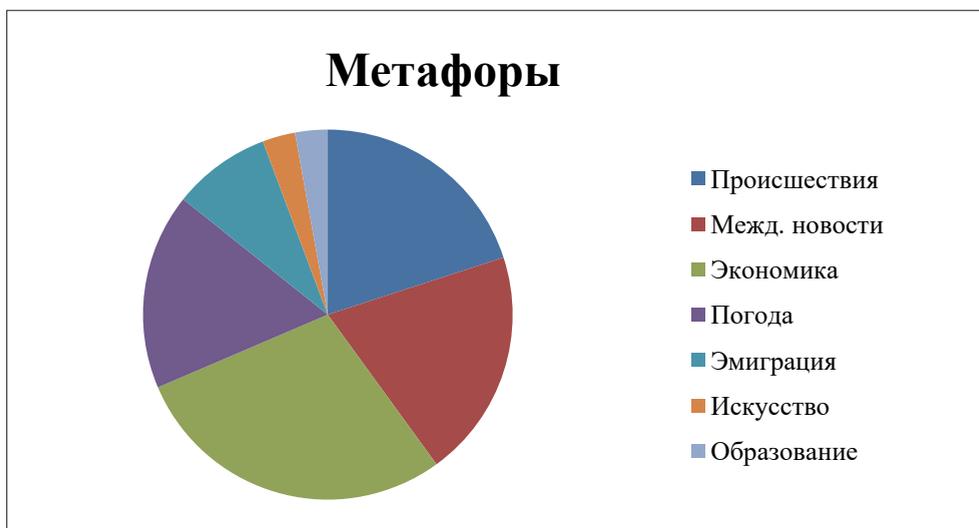
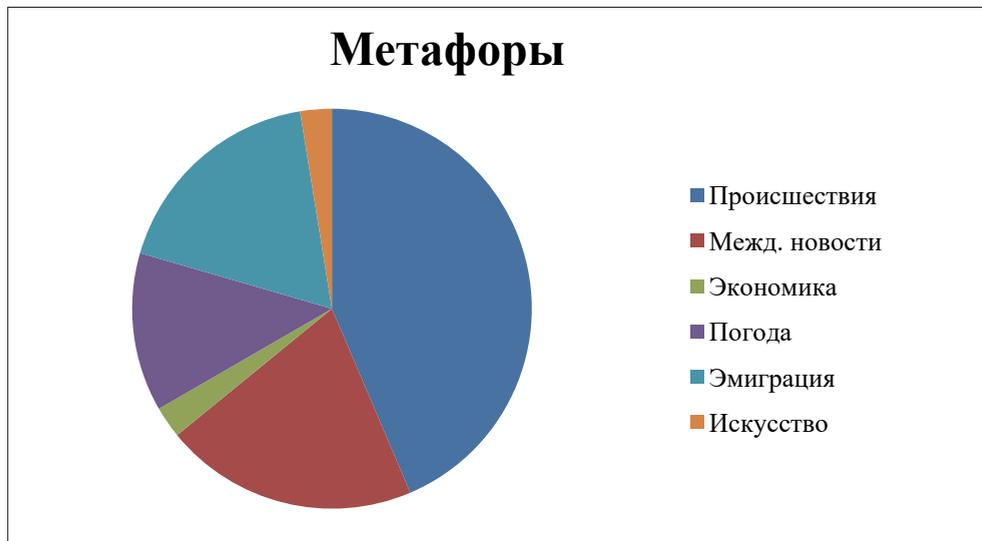


График 2. Панорама распределения метафор в испанском сегменте



Практический анализ также позволяет установить как качественное, так и количественное различие в применении метафор пересекающихся смысловых пространств, также обусловленных некоторыми прагматическими факторами. Так, в сфере «Эмиграция» преобладают метафоры испанской прессы: это объясняется большей актуальностью проблемы для испанского общества в рассматриваемый период (страна затронута европейским миграционным кризисом и ежедневно принимает сотни прибывающих с моря мигрантов). Напротив, метафоры экономических тем преобладают в российских изданиях, отражая ситуацию в банковском секторе, строительном бизнесе и недвижимости. Они передают беспокойство населения перед возможными изменениями или реформами. В тематическом пространстве «Погода» в российской прессе метафоры лексемы «волна» часто апеллируют к водной стихии (ливни, паводок и т. д.), характеризую многочисленные паводки и наводнения, преимущественно, в Приморье и Ставропольском крае. В испанской прессе речь идёт о ситуации с лесными пожарами, затронувшими в 2017 г. автономные области Галисия, Астуриас, Кастилья-и-Леон, а также север Португалии. Пожары нанесли непоправимый ущерб экологии и сельскому хозяйству региона, а сложность борьбы с огнём и неконтролируемый характер стихии вызвали ассоциацию с водным феноменом.

Большинство выявленных метафор как в российском, так и в испанском сегменте, обладают ярко выраженной отрицательной коннотацией (таблица 2) и передают количественный аспект информационного объекта. В рассмотренных примерах разницы в концептуальном содержании метафор волны в русском и испанском языках не обнаружено. Данное наблюдение подтверждает, на наш взгляд, универсальный характер концептуализации метафор лексемы «волна». Метафоры российских и испанских газет часто сочетаются с прилагательными, усиливающими

их действие: «второй», «новый», а также глаголами действия «победить», «начать», «грозить» и т. д.

В то же время большее количество примеров в испанском сегменте свидетельствует о более широком употреблении метафор, содержащих лексему «волна», в испанском языке, что также объясняется прагматическим фактором, а именно полуостровным расположением Испании, с трёх сторон омываемой морями. Такое географическое положение генерирует в сознании носителей языка метафорические ассоциации с морской стихией.

Таблица 2. Коннотация выявленных метафор

	Газета	Положительная коннотация	Отрицательная коннотация
Российский сегмент	«Известия»	27,59%	58,62%
	«Коммерсантъ»	14,29%	85,71%
Испанский сегмент	«АВС»	13,64%	86,36%
	«Эль Мундо»	–	100%

Таким образом, эмпирический анализ метафор в журналистских текстах позволяет установить как прагматические и контекстуальные особенности их использования, так и лингвокультурологическую самобытность или же универсальность образования и практического использования метафорических ассоциаций в определённом языковом пространстве.

БИБЛИОГРАФИЯ

- АВЕЛИЧЕВ, А. Н. (1974). «Метафора и контекст», *Вестник Московского университета*, 9/3, 30-40.
- АЛЕФИРЕНКО, Н., НУРТАЗИНА, М. (2018): «Метафорический дискурс: в поисках сущности речевой образности», *Cuadernos de Rusística Española*, 14, 49-65.
- АРУТЮНОВА, Н. Д. (1978). «Функциональные типы языковой метафоры», *Известия Академии наук СССР*, 37/4, 333-343.
- БАРАБАШ, О. В., ПЕНЧЕВА, А. И. (2017): «Метафорические модели коррупции в русском и болгарском медиадискурсе (на материале публикаций СМИ за 2008–2017 гг.)», *Cuadernos de Rusística Española*, 13, 43-58.
- БАРАНОВ, А. Н. (2014). *Дескрипторная теория метафоры*. Москва: Языки славянской культуры.
- БЕССАРАБОВА, Н. Д. (1990). «Метафора и образность газетно-публицистической речи». Еп Солганик Г. Я. (Ed.), *Поэтика публицистики*. Москва: Издательство Московского университета, 21-34.
- БУДАЕВ, Э. В. (2007а): *Постсоветская действительность в метафорах российской и британской прессы*. Нижний Тагил: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия.
- БУДАЕВ, Э. В. (2007б). «Политическая метафора в лингвокультурологическом аспекте», *Аналитика культурологи*, 1-5.

- ВЕРЕЩИНСКАЯ, Ю. В. (2008): “Metáfora como componente nacional en los títulos periodísticos”, *Испанский язык в контексте диалога культур: исследование и преподавание. материалы III международной научной конференции испанистов 20–22 марта 2008 года*. Москва: МГИМО (У) МИД России, 72-77.
- ИЗВЕСТИЯ. URL: <https://iz.ru/> (дата обращения 03.03.2018).
- КОБОЗЕВА, И. М. (1993). «Мысль и идея на фоне субкатегоризации ментальных имен». Еп Кобозева И.М. (Ed.), *Логический анализ языка. Ментальные действия*. Москва: Наука, 12-23.
- КОММЕСАНТЪ. URL: <https://www.kommersant.ru/> (дата обращения 03.03.2018).
- МАСЛОВА, В. А. (2001): *Лингвокультурология*. Москва: Академия, 2001.
- НОСКОВА, А., ГАЗИЗОВА, Л., ДУНЯШЕВА, Л. (2017): «Национально-культурная семантика лексических единиц, отражающих формы трудовой деятельности (на материале венесуализмов и никарагуэнсизмов)», *Филология и Культура. Philology and Culture*, 4 /50, 44-50.
- ОЖЕГОВ, С. И. *Толковый словарь русского языка*. URL: <http://slovarozhegova.ru/> (дата обращения: 06.02.2019).
- ОКУНЕВА, И. О. (2010): «Виды и роль метафоры в печатных СМИ России, Великобритании, США и Канады», *Политическая лингвистика*, 4/34, 135-145.
- СОЛОПОВА, О. А. (2006). «Театральная метафора в политическом дискурсе Великобритании», *Политическая лингвистика*, 107-114.
- СТЕПАНОВ, Ю. С. (1998). *Язык и метод. К современной философии языка*. Москва: Языки русской культуры.
- ТУПИЦЫНА, И. К., СКОРОХОДОВА, Е. Ю. (2009): «Природа метафоры и её использование в современной российской прессе» *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение*, 22/160, 108-114.
- ФИЛАТОВ, Н. С. (2014). «Развёртывание концептуальной метафоры как приём текстообразования в журналистике», еп Бережная М.Ф. (Ed.), *Современная медиасреда: творчество и технологии. Взгляд молодых исследователей*. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет, Институт «Высшая школа журналистики и коммуникаций», 145-151.
- ABC. URL: <https://www.abc.es/> (дата обращения 03.03.2018).
- BLACK, M. (1955): “Metaphor”, *Proceedings of the Aristotelian Society*, 55, 273-294.
- BUSTOS, E. (2000): *La metáfora: ensayos transdisciplinares*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. URL: <http://dle.rae.es/?id=DgIqVCc> (дата обращения: 06.02.2019).
- EL MUNDO. URL: <https://www.elmundo.es/> (дата обращения 03.03.2018).
- FAIRCLOUGH, N. (1995). *Media Discourse*. Londres: Edward Arnold.
- GONZÁLEZ RUIZ, R. (2010): “Gramática y discurso: nominalización y construcción discursiva en las noticias periodísticas”, en Martínez Pasamar, C. (Ed.), *Estrategias argumentativas en el discurso periodístico*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 119-146.
- HELLSTEN, I. & RENVALL, M. (1997): “Inside and outside of Politics? Metaphor and Paradox in Journalism”, *Nordicom Review*, 2, 41-48.
- JIMÉNEZ GARCÍA E., ROCA, J. R., FRANCISCO CARRERA, F. J., VALERO MARTAS, J. (2014). “Metáforas tecnocientíficas en el discurso mediático: análisis hermenéutico e impacto socio-educativo”, *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 190/769, 2-9.

- JOHNSON, M. (1991): *El cuerpo en la mente: fundamentos corporales del significado, la imaginación y la razón*. Madrid: Debate.
- LAKOFF, G. & JOHNSON, M. (1995): *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
- LAKOFF, G. (1993). "The contemporary theory of metaphor", en Ortony, A. (Ed.), *Metaphor and Thought*. Cambridge: Cambridge University Press, 202-251.
- MORENO, M. (2005): *La metáfora conceptual y el lenguaje político periodístico: configuración, interpretaciones y niveles de descripción*. Logroño: Universidad de La Rioja.
- RICOEUR, P. (1980). *La metáfora viva*. Madrid: Europa.
- ROMANO, M. B. (2010). "Metáforas en el discurso periodístico", *Espéculo. Revista de estudios literarios*, 46. Disponible en: <https://webs.ucm.es/info/especulo/numero46/metadipe.html>
- TERUEL, E. (1995): "Anàlisi pragmàtica de la metàfora periodística", *Els Marges*, 52, 94-103.
- TERUEL, E. (1997): *Retòrica, informació i metàfora: anàlisi aplicada als mitjans de comunicació de massa*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- TKÁČOVÁ, G. (2010): «Метафора в мире лингвокультурологии», *Jazyk a kultura*, 1, 1-7.
- VILLANUEVA, M. L. (1994): "Metáfora y discurso periodístico. Análisis contrastivo de crónicas y reportajes en periódicos franceses y españoles", en L. Meseguer (Ed.), *Metàfora i creativitat*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I, 277-292.

BIBLIOGRAPHY

- ABC: <https://www.abc.es/> (accessed 03.03.2018).
- ALEFIRENKO, N. & NURTAZINA, M. (2018): «Metaforicheskiy diskurs: v poiskah suschnosti rechevoy obraznosti», *Cuadernos de Rusística Española*, 14, 49-65.
- ARUTJUNOVA, N. D. (1978). "Funkcional'nye tipy jazykovoj metafory", *Izvestija Akademii nauk SSSR*, 37/4, 333-343.
- AVELICHEV, A. N. (1974). "Metafora i kontekst", *Vestnik Moskovskogo universiteta*, 9/3, 30-40.
- BARABASH, O. V. & PENCHEVA, A. I. (2017): "Metaforicheskie modeli korruptsii v russkom i bolgarskom mediadiskurse (na materiale publikatsiy SMI za 2008-2017 gg.)", *Cuadernos de Rusística Española*, 13, 43-58.
- BARANOV, A. N. (2014). *Deskriptornaja teorija metafory*. Moskva: Jazyki slavjanskoj kul'tury.
- BESSARABOVA, N.D. (1990). "Metafora i obraznost' gazetno-publicisticheskoy rechi". In Solganik G.Ja. (Ed.), *Pojetika publicistiki*. Moskva: Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta, 21-34.
- BLACK, M. (1955): "Metaphor", *Proceedings of the Aristotelian Society*, 55, 273-294.
- BUDAEV, E. V. (2007a): *Postsovetskaya deystvitel'nost' v metaforakh rossiyskoy i britanskoy pressy*. Nizhniy Tagil: Nizhnetagil'skaya gosudarstvennaya sotsial'no-pedagogicheskaya akademiya.
- BUDAEV, E. V. (2007b). "Politicheskaja metafora v lingvokul'turologicheskom aspekte", *Analitika kul'turologii*: 1-5.

- BUSTOS, E. (2000): *La metáfora: ensayos transdisciplinares*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Retrieved from: <http://dle.rae.es/?id=DgIqVCc> (accessed: 06.02.2019).
- EL MUNDO. Retrieved from: <https://www.elmundo.es/> (accessed 03.03.2018).
- FAIRCLOUGH, N. (1995). *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- FILATOV, N.S. (2014). “Razvjortyvanie konceptual'noj metafory kak prijom tekstoobrazovanija v zhurnalistike”, in Berezhnaja, M. F. (Ed.), *Sovremennaja mediasreda: tvorchestvo i tehnologii. Vzglyad molodyh issledovatelej*. Sankt-Peterburg: Sankt-Peterburgskij gosudarstvennyj universitet, Institut «Vysshaja shkola zhurnalistiki i kommunikacij», 145-151.
- GONZÁLEZ RUIZ. R. (2010): “Gramática y discurso: nominalización y construcción discursiva en las noticias periodísticas”, in Martínez Pasamar, C. (Ed.), *Estrategias argumentativas en el discurso periodístico*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 119-146.
- HELLSTEN, I. & RENVALL, M. (1997): “Inside and outside of Politics? Metaphor and Paradox in Journalism”, *Nordicom Review*, 2, 41-48.
- IZVESTIA. Retrieved from: <https://iz.ru/> (accessed 03.03.2018).
- JIMÉNEZ GARCÍA E., ROCA, J. R., FRANCISCO CARRERA, F. J., VALERO MARTAS, J. (2014): “Metáforas tecnocientíficas en el discurso mediático: análisis hermenéutico e impacto socio-educativo”, *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 190/769, 2-9.
- JOHNSON, M. (1991): *El cuerpo en la mente: fundamentos corporales del significado, la imaginación y la razón*. Madrid: Debate.
- KOBOZEVA, I. M. (1993). “Mysl' i ideja na fone subkategorizacii mental'nyh imen”. In I.M. Kobozeva (Ed.), *Logicheskij analiz jazyka*. Mental'nye dejstvija. Moskva: Nauka, 12-23.
- KOMMERSANT. Retrieved from: <https://www.kommersant.ru/> (accessed 03.03.2018).
- LAKOFF, G. & JOHNSON, M. (1995): *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
- LAKOFF, G. (1993). “The contemporary theory of metaphor”, in Ortony, A. (Ed.), *Metaphor and Thought*. Cambridge: Cambridge University Press, 202-251.
- MASLOVA, V. A. (2001): *Lingvokul'turologiya*. Moskva: Akademiya.
- MORENO, M. (2005): *La metáfora conceptual y el lenguaje político periodístico: configuración, interpretaciones y niveles de descripción*. Logroño: Universidad de La Rioja.
- NOSKOVA, A., GAZIZOVA, L., DUNYASHEVA, L. (2017): “Natsional'no-kul'turnaya semantika leksicheskikh edinit, otrazhayushchikh formy trudovoy deyatelnosti (na materiale venesualizmov i nikaraguensizmov)”, *Philology and Culture*, 4 /50, 44-50.
- OKUNEVA, I. O. (2010): “Vidy i rol' metafory v pechatnykh SMI Rossii, Velikobritanii, SShA i Kanady”, *Politicheskaya lingvistika*, 4/34, 135-145.
- OZHEGOV, S. I. *Tolkovyy slovar' Ozhegova*. Retrieved from: <http://slovarozhegova.ru/> (accessed 06.02.2019).
- RICOEUR, P. (1980). *La metáfora viva*. Madrid: Europa.
- ROMANO, M. B. (2010). “Metáforas en el discurso periodístico”, *Especulo. Revista de estudios literarios*, 46. Retrieved from: <https://webs.ucm.es/info/especulo/numero46/metadipe.html>

- SOLOPOVA, O. A. (2006). "Teatral'naja metafora v politicheskom diskurse Vlekobritanii", *Politicheskaja lingvistika*, 107-114.
- STEPANOV, Ju. S. (1998). *Jazyk i metod. K sovremennoj filosofii jazyka*. Moskva: Jazyki russkoj kul'tury.
- TERUEL, E. (1995): "Anàlisi pragmàtica de la metàfora periodística", *Els Marges*, 52, 94-103.
- TERUEL, E. (1997): *Retòrica, informació i metàfora: anàlisi aplicada als mitjans de comunicació de massa*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- TKÁČOVÁ, G. (2010): "Metafora v mire lingvokulturologii", *Jazyk a kultúra*, 1, 1-7.
- TUPITSYNA, I. K. & SKOROKHODOVA, E. Yu. (2009): "Priroda metafory i ee ispol'zovanie v sovremennoj rossiyskoj presse", *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstovedenie*, 22/160, 108-114.
- VERESHCHINSKAYA, Yu. V. (2008): "Metàfora como componente nacional en los títulos periodísticos", *Materialy mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii "Ispanskiy yazyk v kontekste dialoga kul'tur: issledovanie i prepodavanie. materialy III mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii ispanistov 20-22 marta 2008 goda"*. Moskva: MGIMO (U) MID Rossii, 72-77.
- VILLANUEVA, M. L. (1994): "Metàfora y discurso periodístico. Anàlisis contrastivo de crónicas y reportajes en periódicos franceses y españoles", in Meseguer L. (Ed.), *Metàfora i creativitat*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I, 277-292.