

РОССИЯ И ИСПАНИЯ В ЗЕРКАЛЕ ГАЗЕТНО- ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА: МЕТАФОРЫ И СТЕРЕОТИПЫ

Ларионова М.В.

В условиях современного информационного общества СМИ играют ведущую роль в формировании и закреплении в сознании национальных стереотипов как особых концептуальных образований, содержащих устойчивые мнения, суждения о какой-либо нации. Газетно-публицистический дискурс, активно тиражируя используемые журналистами этностереотипы, не только отражает специфику национального сознания, но и способствует усилению прагматического воздействия текстов политической коммуникации на существующую в сознании читателей картину мира.

В статье на примере сложившихся представлений о России и Испании рассматриваются процессы моделирования с помощью стереотипов и метафор образа одной нации в ментальном пространстве носителей иной лингвокультуры.

Стереотипы правят миром. В январе 2009 года по случаю чешского председательства в Европейском Союзе на здании Совета Европы в Брюсселе появилась скандальная инсталляция чешского художника Д. Черны под названием «Энтропа: разрушить стереотипы и барьеры» ("Entropa: Stereotypes and barriers to be demolished"). Гигантское панно из 27 деталей – по числу стран, входящих в ЕС, – представляет собой своеобразную карту Европы, где все страны расположились не на своих привычных местах, а вперемешку. Каждое государство символизирует группа скульптур, высмеивающая стереотипы, связанные с той или иной европейской страной. Так, Германия изображена в виде скопления автобанов, которые по форме весьма напоминают свастику; Дания фигурирует как город из конструктора «Лего»; Швеция упакована в коробку из магазина «Икея»; Нидерланды затопило, и из-под воды выглядывают только золоченые минареты; через Францию протянут плакат «Забастовка»; в крохотный Люксембург воткнута булава с надписью «Продается»; Испания

предстает как гигантская стройплощадка, залитая цементом и «украшенная» бетономешалкой; Великобританию, которая считается одной из самых скептически настроенных в отношении единой Европы стран, символизирует пустое место и т.п.

Появление подобного произведения, призванного, по замыслу автора, помочь высмеять фальшивый патриотизм, «найти способ избавиться от материальной и духовной нищеты» и посмотреть, «способна ли Европа посмеяться над собой», вызвало небывалый скандал, который пришлось улаживать чешскому правительству. Почему же европейцы не восприняли инсталляцию с юмором, а отнеслись к ней как к оскорблению? Кто бы мог предположить, что декоративное панно в холле обернется серьезным дипломатическим скандалом?

Образ любой страны присутствует в нашем сознании в стереотипном виде. Нередко национальные стереотипы создаются сознательно и становятся психологическим фактором формирования этнических предрассудков и предубеждений.

Умелое манипулирование поверхностными представлениями людей ведет к межнациональной розни и конфликтам. Образы, использованные в инсталляции и позиционированные как стереотипные представления о каждой из 27 стран-членов ЕС, в силу субъективности их выбора автором превратились в своего рода национальные комплексы. Предложенные стереотипы оказались необоснованными, ложными, отражающими определенные взгляды самого художника и потому далекими от привычных ассоциаций, связанных с культурными достижениями, политическими и экономическими приоритетами европейских государств. Однако яркость образов, смелая ироничность их формы неизбежно повлекла за собой нежелательное расширение этностереотипного информационного поля, формирующего коллективную культурную идентичность европейцев, за счет включения в него ошибочных с их точки зрения суждений, основанных на неполной или маркированной информации. Это и стало причиной, вызвавшей недовольство и разочарование.

Каждая страна, каждый народ обладают неповторимым культурным наследием, собственным, а потому уникальным историческим опытом. Незнание национально-культурных реалий, пренебрежение ими или неправильное толкование не способствуют толерантности, разжигают вражду и нетерпимость.

Традиционно, термин «этнокультурный» или «национальный стереотип» трактуется как «обобщенно типичные представления одного народа о другом или о самом себе»¹. Это особые концептуальные образования, которые содержат определенный комплекс устойчивых мнений, суждений о какой-либо нации и при этом могут подвергаться ряду изменений, переосмыслений под воздействием социально-культурных, политических, экономических и идеологических факторов. Стереотип как представление человека о мире существует не только в виде ментального образа, но и в виде вербального знака, выступающего на языковом уровне как способ хранения культурной информации. В лингвокультурологии стереотип – это обусловленный национально-культурной спецификой фрагмент или образ картины мира, существующий в сознании и закрепленный в языке.

Сфера межкультурного взаимодействия представляет собой открытое интертекстуальное пространство, фундаментальной основой которого выступает язык как семиотическая система. Несмотря на то, что невербальные компоненты все чаще используются для передачи и восприятия информации, слово по-прежнему остается основным проводником знания о странах и народах, их

национальных культурах. В. фон Гумбольдт², говоря о глубинной связи между языком и культурой, настаивая на лингвистической обусловленности восприятия мира, иными словами, на тесной взаимосвязи, существующей между языком и мышлением, мировоззрением и мировосприятием, отмечает, что язык играет важнейшую роль в познании действительности, в формировании определенной картины мира, которая создается с его помощью как отражение определенного способа представления внеязыковой реальности.

В структуре национальных стереотипов принято отличать *автостереотипы* (отражающие то, что люди думают сами о себе) и *гетеростереотипы* (мнения, суждения, оценки, относящиеся к другому народу и культуре)³. Этнические автостереотипы, представляющие собой обобщенные образы собственной этнической группы, содержат, как правило, культурно одобряемые признаки, в то время как гетеростереотипы нередко выступают как зона для отрицательных качеств, нежелательных в собственной культуре и потому отчуждаемых. Автостереотипы всегда более разнообразны в силу детализированного знания, их подкрепляющего, а гетеростереотипы из-за некоторого дефицита информации склонны недооценивать или негативно оценивать другие этносы. Этностереотипы как представления одного народа о другом и о самом себе неизбежно соотносятся с общими представлениями о своем и чужом – одной из основных оппозиций любого национального сознания.

В условиях современного информационного общества особую роль в формировании и закреплении в сознании национальных стереотипов играют средства массовой информации. Газетно-публицистический дискурс, активно тиражируя используемые журналистами этностереотипы, не только отражает специфику национального самосознания, но и способствует усилению прагматического воздействия текстов политической коммуникации на существующую в сознании читателей картину мира.

«Европа начинается в Испании и заканчивается в России». Россия и Испания – это своеобразные границы Европы. Русская и испанская цивилизации типологически относятся к приграничным, и их культурно-исторический опыт является неотъемлемой частью общей европейской культуры. Взаимная симпатия и интерес, которые уже почти 500 лет связывают русский и испанский народы – традиционно годом начала дипломатических отношений между государствами считается 1519⁴ – непростые события национального прошлого, пережитые с особым драматизмом как Россией, так

и Испанией, сформировали в коллективном сознании русских и испанцев обобщенный образ страны, состоящий во многом из стереотипных представлений друг о друге.

Когда мы говорим об Испании, то для многих русских, даже никогда в ней не бывавших, эта страна ассоциируется с образами, навеянными испанской историей и фольклором, испанской литературой, музыкой, живописью. Испания связывается в русском коллективном сознании с экзотикой, романтикой и героизмом: высокородные *гранды* (*grande*), прекрасные *сеньориты* (*señorita*) с красным цветком в волосах и в кружевной *мантилье* (*mantilla*), хитрые *дуэньи* (*dueña*), бесстрашные *идальго* (*hidalgo*), герои «плаща и шпаги», благородные рыцари, отважные *тореро* (*torero*), *матадоры* (*matador*), с *мулетой* (*muleta*) в руках бросающие вызов судьбе на *корриде* (*corrida*), разъяренные быки, *фламенко* (*flamenco*), *кастаньеты* (*castañuelas*), *гитара* (*guitarra*), *сегидилья* (*seguidilla*), *серенада* (*serenata*), яркое солнце, пляжи, футбол, *Канары* (*las Canarias*), *куесты* (*siesta*), вечная и прекрасная *фиеста* (*fiesta*) – праздник. Но Испания – это и *Реконкиста* (*Reconquista*), и открытие Нового Света Колумбом, это и грозные *конкистадоры* (*conquistador*), жестокая *инквизиция* (*inquisición*), героическая оборона Мадрида и бои под Гвадалахарой⁵, диктатура Франко и террористы ЭТА. Уникальный «испанский мир», великие испанцы, чей вклад в мировую сокровищницу культуры навеки обессмертил их имена – Сервантес, Лопе де Вега, Веласкес, Гойа, Лорка, Дали, Бунюэль, Пикассо и многие другие, – стали частью русского национального сознания, сложившихся представлений об особой испанской манере бытия, которая, несмотря на тысячи километров, разделяющих Россию и Испанию, близка и понятна русскому человеку.

Нетрудно заметить, что многие испанские слова давно и прочно вошли в русский язык. Помимо перечисленных отметим, что представления русских об Испании связаны с такими существительными, как «испанка» – крайне опасная эпидемия гриппа, которая унесла в начале XX века несколько миллионов жизней, – и «эспаньолка» – короткая остроконечная борода. Как мы видим, приобщение к богатствам культуры неизбежно осуществляется с помощью языка.

На страницах русскоязычных печатных изданий активно используются языковые единицы, в которых воплощены стереотипы мышления о жизни и культуре Испании. Русский язык, как в зеркале, отражает представления об Испании и испанцах, выделяя те сущности, которые кажутся наиболее значимыми с точки зрения русскоязычной картины

мира. Национально маркированные сочетания очень разнообразны по своему составу. Рассмотрим подробнее этностереотипные обозначения, содержащие прилагательное «испанский», а также другие прилагательные, указывающие на этническую принадлежность к Испании, используемые в современных российских СМИ для представления образа Испании. Тематически их можно разделить на следующие группы:

а) предметы, сущности, артефакты культуры.

Среди них активно функционируют словосочетания, обозначающие предметы особой гордости нации или отдельного региона: испанская гитара; андалузский скакун; толедский клинок; испанская готика; испанский танец и др.;

- словосочетания, называющие предметы одежды, аксессуары: *испанский плащ*; *испанский воротник*; *испанский сундук* и др.;

- наименования продуктов питания, напитков: *испанская паэлья*, *испанский хамон*, *испанское вино* и др.;

- обозначение пород и мастей животных, название растений: *испанский мастифф*; *испанский тритон*; *испанский лук*; *испанский дрок*; *испанский артишок* и др.;

б) национальные реалии, которые стали своеобразными этнографическими репрезентативами, стереотипами концептуализации и категоризации испанской действительности, формирующими образ Испании в ментальном пространстве представителей русской лингвокультуры: *тайны Мадридского двора*; *испанская империя*; *испанская армада*; *испанская инквизиция*; *испанский сапог*; *испанская гражданская война*; *испанский конкистадор*; *испанский язык* и др.;

в) ментальные сущности – национальные качества, черты характера: *испанская кровь*; *испанская гордость*; *испанская надменность*; *испанская страсть* и др.

Следует отметить, что, функционируя в рамках политического дискурса, этностереотипы нередко используются как средство концептуальной метафоры, моделирующей и категоризирующей образ нации в языковой картине мира иного социума. Язык СМИ создает определенную картину мира, воздействующую на понимание и восприятие той или иной реальности. Приведем пример. В одном из своих интервью В.В. Путин, комментируя пресс-конференцию, отметил: «Одна испанская журналистка, Пилар Бонет, кажется, как она меня терзала. Сколько вопросов! Питки. Испанский сапог»⁶. Вплетенное в политический дискурс словосочетание «*испанский сапог*» функционирует не как средство номинации исторической реалии, а как метафора, реализующая

переносное значение «допрос с пристрастием».

Но жизнь не стоит на месте, представления о странах могут претерпевать изменения под влиянием новых политико-экономических реалий. Меняется и метафорическое содержание этностереотипных единиц. Например, материал о государственном визите Д.А. Медведева в Испанию в марте 2009 года озаглавлен «Тайны Мадридского двора»⁷. Однако метафорическая номинация «тайны Мадридского двора» функционирует в этом медиатексте лишь как яркий языковой образ, наиболее часто используемый при подаче информации об Испании. Ее традиционное для русского языка значение «интриги, загадочные хитросплетения» в данном случае не актуализируется.

Как показывает исследуемый материал, российские СМИ отзываются об Испании весьма положительно как о стране, относящейся с большим вниманием к национальной идентичности, стремящейся укрепить свои позиции в качестве одной из ведущих европейских держав. С точки зрения русскоязычной картины мира оказывается, что испанцы обладают яркой индивидуальностью. Их основными качествами являются вежливость, гордость, порой надменность.

А что знают испанцы о России? Если судить по публикациям испанских СМИ, стереотипный набор: холод, водка, красивые женщины, нефть, мафия, царизм, Толстой, Достоевский. Вот что пишет, например, журналист газеты ABC А. Сотильо: «Dostoevski, la revolución del 17, la guerra fría, la perestroika, las mafias, los zares terribles. Cada español ha construido una Rusia a la escala de sus propios mitos y fantasías»⁸. В газете El Mundo в статье Д. Утрилья «Las 50 caras del orgullo ruso» (50 поводов для русской гордости)⁹ среди перечисляемых корреспондентом лиц, предметов и явлений, которые Россия подарила миру и которыми русские могут гордиться, упоминаются «el sumo creador Lev Tolstoy, el cineasta Serguei Eisenstein, la bailarina Maya Plisetskaya, el violonchelista Mstislav Rostropovich, el primer cosmonauta Yuri Gagarin». В качестве поводов для гордости называются «el circo ruso, el metro de Moscú, el KGB, el método Stanislavski, el constructivismo, el patinaje artístico, la perestroika, ...“armas” de indigestión masiva como el vodka y el polonio radioactivo». Сложился своеобразный парадокс: несмотря на то, что испанские граждане и политики в целом положительно относятся к России (J.L. Rodríguez Zapatero: Rusia es un país prioritario para España¹⁰), испанские СМИ, оставаясь в плену прежних стереотипов, отзываются о нашей стране не всегда дружелюбно.

Какие же русские заимствования, отражающие специфику восприятия испанцами нашей страны, наиболее часто мелькают на страницах испанской прессы? Помимо традиционных *matrioska*, *perestroika*, *glasnost* можно встретить такие словосочетания, как *dacha* в значении «загородный дом», *kaláshnikov* – метонимическое обозначение через антропоним знаменитого автоматического оружия, изобретенного М.Т. Калашниковым в 1947 году, или вышедшую из употребления в русском языке, но активно используемую в испанском номинацию *cóctel molotov* – «бутылка с зажигательной смесью». Приведем примеры:

- No muy lejos, en tierra firme, si lo buscamos, encontraremos Blockhaus Nikolskoe, la *dacha* que le regaló el rey Federico Guillermo III a Nicolás I, ahora transformada en restaurante¹¹.

- Pese a todo ese moderno material frente a cuatro piratas armados con *kaláshnikov* y lanzagranadas, el secuestro se resolvió con tres únicos disparos¹².

- Tras los cien casos del sangriento 2003, el año más terrible de la década – con ráfagas de *kaláshnikov* en plena calle incluidas – las cifras bajaron hasta mantenerse alrededor de 60 homicidios por año¹³.

- La policía detuvo ayer por la tarde a un hombre acusado de lanzar ayer un *cóctel molotov* contra la casa de la infanta y su familia en Barcelona¹⁴.

Испанские журналисты часто используют в своих материалах существительное *gulag*, но не только в качестве названия соответствующей реалии русской жизни периода сталинских репрессий, но и как политическую метафору, концептуализирующую значение «беззаконие, бесправие»:

- Pero el nombre de Guantánamo ya provoca escalofríos, como equivalente del *gulag* soviético en el siglo XXI¹⁵.

- De otro *gulag*, pero éste, en el Caribe, habla la exposición Guantanamo Museum, que hoy inaugura el Instituto Europeo¹⁶.

Неожиданно выглядит на страницах испанских газет и слово *estajanovista*, весьма активно функционирующее как существительное и как прилагательное. Хотя антропоним «Стаханов» не является прецедентным для испанской языковой картины мира, лексема *estajanovista* реализует такое же, как и в русском языке, метафорическое значение «труженик, работник, добившийся высокой производительности труда»:

- Michael Phelps, *estajanovista* de esta Olimpiada, logra en los 200 estilos su sexto oro y récord mundial¹⁷.

- Don Galloway, el infatigable *estajanovista*, participó en más de 70 producciones repartidas entre el cine y la televisión¹⁸.

Прилагательное *estajanovista* означает «преданный своему делу, работе, трудолюбивый»:

- La trayectoria política de Barroso ha estado marcada por un fuerte sentido de la oportunidad y una *estajanovista* dedicación al trabajo¹⁹.

Любопытно отметить, что в испанской прессе фигурирует еще одно прецедентное для русской языковой картины мира словосочетание «потемкинские деревни» – *pueblo Potemkin*, выступающее в качестве концептуальной метафоры со значением «что-либо, специально устроенное для создания ложного впечатления видимого, показного благополучия, скрывающего истинное положение, состояние»²⁰ дел: Pekín – Potemkin: tras la imagen de modernidad se esconden barrios con pisos de diez metros cuadrados. Los Juegos Olímpicos se acercaban y llegó el efecto "*pueblo Potemkin*"²¹.

В последние годы в испанской прессе можно встретить существительное *silovikí* (ср. русск. «силовики» – представители силовых структур власти). Использование русского слова, транслитерированного латинскими буквами, объясняется отсутствием аналогичного прямого термина в испанском языке, поэтому первоначально эта лексема, появлявшаяся преимущественно в репортажах о России, содержала соответствующие пояснения, дающие возможность читателям правильно ее интерпретировать:

- El cambio de guardia en el Kremlin, el 31 de diciembre, es el resultado de un golpe de mano entre bastidores. Cuatro días antes, tras una reunión con los *silovikí* (ministros de las fuerzas: Defensa, Interior, FSB...), se logró a que dimitiera Borís Yeltsin si quería que la persona a quien había designado su sucesor tuviera alguna posibilidad de ganar las elecciones presidenciales²².

В дальнейшем существительное *silovikí* в качестве концептуальной метафоры политического дискурса стало употребляться и в более широком значении «люди, держащие в своих руках реальную власть и влияющие на принятие политических решений»:

- Los que se encuentran marginados albergan la secreta esperanza de que la crisis económica arruina a los oligarcas y debilite la credibilidad de los *silovikí* ante la población²³.

Анализируя функционирование наиболее часто встречающихся в испанских СМИ словосочетаний с прилагательным *ruso*, обратим внимание на следующие особенности. Следует отметить, что в испанском языке закрепилось несколько сочетаний, содержащих в своей структуре прилагательное *ruso*, указывающее на этническую принадлежность к России, однако не имеющих прямого отношения к особенностям русской культуры и образа

жизни: *ensalada (ensaladilla) rusa, montaña(s) rusa(s), filete ruso* и некоторые другие. Так, в русской языковой картине мира то, что испанцы именуют *ensalada (ensaladilla) rusa*, существует как французский салат, салат Оливье, названный так в честь французского повара, придумавшего его рецепт. Распространенная в Испании номинация *montaña(s) rusa(s)* обозначает тип аттракционов, который в России традиционно носит название «американские горки». *Filete ruso* (досл.: «отбивная по-русски») известно в русском языке как «гамбургер»:

- Entre las recetas algo evolucionadas, se tropieza con su deliciosa versión de la pelota del puchero, así como una *ensaladilla rusa* memorable, una de las mejores de España²⁴.

- La Feria de abril también cuenta con su propio rincón infantil desde la típica noria a la *montaña rusa*, pasando por nuevas atracciones como el Ratón vacilón – heredero del mítico Látigo – modernas versiones de tiovivos²⁵.

Обратим внимание на то, что в испанском политическом дискурсе семантика вышеуказанных сочетаний нередко концептуализируется: *ensalada rusa* функционирует как метафорическая номинация со значением «путаница, неразбериха»; *montaña(s) rusa(s)* используется для переносного обозначения быстрой смены событий, взлетов и падений, резких колебаний биржевого курса, сильных переживаний:

- Prefiero un congreso tendido y largo, como dicen que será el del PP, que una *ensaladilla rusa* con cinco tropezones donde los candidatos no saben lo que quieren, ni lo que son", dijo²⁶.

- El alcalde es atrevido y vive la política con vértigo en una *montaña rusa* en la que nunca sabe si está cabeza abajo o cabeza arriba. Y Rajoy es premioso y precavido²⁷.

- El último juego fue casi jugable para mí. Estaba deseando cuatro fallos de Robin. Así de malo fue. Fue una *montaña rusa* emocional para mí", continuó el campeón²⁸.

Еще одна характерная черта употребления словосочетаний с прилагательным *ruso* проявляется в том, что в испанских СМИ в ряду выражений, обозначающих **предметы, артефакты, а также другие материальные атрибуты русской культуры**, наиболее активно используются номинации, структурирующие и опосредованно формирующие маркированный образ России в ментальном пространстве представителей испаноязычной лингвокультуры: *ruleta rusa, armas rusas, misiles rusos, aviones rusos, gas ruso, petróleo ruso*:

- Prolongar la vida de las centrales nucleares significa seguir jugando a la *ruleta rusa* en vez de aplicar el principio de precaución²⁹.

- La UE ni siquiera puede articular una política exterior común, como se acaba de demostrar en la crisis de Gaza y en la respuesta al *chantaje gasístico ruso*³⁰.

- La aventura del *petróleo ruso* ha resultado un rotundo fracaso³¹.

- No en vano, Caracas es el mayor cliente latinoamericano de las *armas rusas*³².

- “No contemplamos ningún escenario”, aseguró el presidente norteamericano, “en que ese sistema sea utilizado para protegernos de *misiles rusos*”³³.

- ETA planeó atacar el avión o el helicóptero que suele usar el Rey para sus desplazamientos con un *misil* tierra-aire lanzado desde los alrededores de un aeropuerto o una base militar. Se trata de un proyectil de fabricación *rusa*, una evolución de los SAM-7³⁴.

Среди метафорических номинаций **национальных реалий**, ставших своего рода **стереотипами русской действительности**, на страницах испанских газет для представления образа России наряду с традиционными *invierno ruso*, *cultura rusa*, *arte ruso*, *ballet ruso*, *literatura rusa*, *deporte ruso* активно тиражируются словосочетания пейоративной семантики, отражающие специфику восприятия испанцами современных реалий жизни нашей страны: *imperio ruso*, *mafia(s) rusa(s)*, *dinero ruso* и др. Подобные концептуальные метафоры в большинстве своем апеллируют к отрицательным для испанцев эмоциям и способствуют укреплению в их сознании устойчивого комплекса представлений о чуждости России испаноязычному миру (актуализация оппозиции «свой – чужой»):

- El artista, en este caso, lo utiliza de hilo conductor para reflexionar sobre la diferencia entre la vida en la ciudad y la vida fuera de ella, algo patente en la *cultura rusa*³⁵.

- El conflicto georgiano es un conflicto europeo. Rusia, se diga lo que se diga, también forma parte de Europa. ¿Se puede concebir nuestro continente, su cultura, sin Tolstoy, Dostoyevski, Chéjov, Tchaikovski, Stravinski, Kandinski y Malévich? ¿O sin los *ballets rusos*?³⁶.

- La *novela rusa*, como reflejo de la sociedad, está poblada de intolerantes³⁷.

- Hoy, el *imperio ruso* ha dejado de existir. Sin embargo, para los neoconservadores estadounidenses sigue presente³⁸.

- En abril, el magistrado de la Audiencia Nacional, Baltasar Garzón, envió a prisión a un abogado afincado en Marbella por blanquear dinero de la *mafia rusa*³⁹.

- A finales de marzo, un grupo ligado a un *clan mafioso ruso* secuestró a la mujer y a la hija de un empresario de este mismo país⁴⁰.

- Islandia son 300.000 personas con bancos creados con la inversión de inmensos fondos de riesgo de

dinero ruso y con muchos depositantes del Reino Unido que han invertido en bancos islandeses a tipos de interés muy atractivos⁴¹.

Концептуальные метафоры с прилагательным *ruso*, обозначающие **ментальные сущности и национальные качества**, представлены в испанских СМИ такими сочетаниями, как *idea rusa*, *destino ruso*, *alma rusa* *orgullo ruso* и др. Подобные номинации активно используются для создания метафорического образа России в концептуальной картине мира испаноговорящего сообщества как особой, загадочной, противоречивой и не всегда понятной страны, страны, по образному выражению одного из журналистов, «с непредсказуемым прошлым» (“un país con un pasado impredecible”⁴²).

- Al disfrutar de estas obras, se puede sentir una energía especial de la unión de fantasía creativa y la expresión del alma de las artistas. Y como los secretos del *alma rusa misteriosa*, la fantasía de estas maestras rusas no tiene límites⁴³.

- La muerte del amor busca su resurrección en el recuerdo. Y de ahí la referencia ineludible al *alma rusa*: un pueblo signado por la nostalgia⁴⁴.

- No nos puede sorprender que en la escala de valores de esos jóvenes rusos nociones como “éxito imperial”, “gran potencia militar” o “*patriotismo ruso*” ocupen los primeros puestos⁴⁵.

- Y todo eso fue otro sacrificio mortal más en nombre del desmedido *orgullo ruso*⁴⁶.

- La *idea rusa* es intentar comprender la identidad cultural del pulmón oriental de Europa⁴⁷.

Нельзя забывать о том, что в условиях информационного общества стереотип как устойчивый образ и информация неразрывно связаны. Современные стереотипы о России в массовом сознании испанцев являются, в основном, продуктом СМИ и зачастую формируют ошибочное представление о стране в целом. Образ России, являясь для испанцев «иностранной», незнакомым феноменом, становится объектом метафоризации. Однако метафоры, используемые в испанских газетных текстах для концептуализации российской действительности, зачастую оказываются поверхностными и даже ошибочными, далекими от объективной картины мира, которая складывается из реальных показателей, отражающих экономический, политический, культурный потенциал России.

Таким образом, именно СМИ определенным образом воздействуют на понимание нацией той или иной реальности, умело манипулируют представлениями людей, тиражируя стереотипы и концептуализируя метафоры, которые выступают как средство интерпретации реальности,

инструмент организации опыта человека и, как следствие, языковой картины мира. Метафорическая картина политического мира, которая включает в себя такие основные моменты, как образование, экономика, безопасность, здравоохранение, экология, демократические ценности, в значительной степени влияет на интерпретацию этих далеких и не всегда понятных «простому обывателю» концептов. Сложившиеся и ставшие частью сознания стереотипные мнения заставляют людей искать информацию, их поддерживающую, и игнорировать информацию, с ними не согласующуюся. В обществе под влиянием СМИ складывается свой собственный, во многом мифологизированный и не всегда объективный образ различных стран. Именно стереотипы и метафоры моделируют образ одной нации в концептуальной картине мира иного социума, влияя на установление взаимопонимания между народами. Поэтому идея великого русского философа и мыслителя Н.О. Лосского о гармонии культур, которая должна быть положена в основу отношений между народами, представляется современной и актуальной: «Совместно творить гармоническое единство жизни, сверкающей

богатыми красками различных культур, можно лишь в том случае, если мы будем сочувственно вживаться в чужие культуры, постигать их как свою собственную и таким образом воспитывать в себе способность восполнять друг друга своим творчеством»⁴⁸.

Marina V. Larionova. Russia and Spain in the mirror of journalistic discourse: metaphors and stereotypes

In the information-oriented society mass media accomplish a key mission creating and consolidating in human minds national stereotypes defined as specific conceptual formations which contain established opinions, judgements referring to any nation. The journalistic discourse, actively multiplying ethno stereotypes used by the press, not only reflects specifics of national consciousness, but also promotes pragmatic influence of texts of political communication on the reader's conceptual anticipation of the world.

Using the example of traditional stereotypes of Russia and Spain, the article examines the process of modelling by means of stereotypes and conceptual metaphors of the image of one nation in the mentality of the bearers of another national idiomatic culture.

Ключевые слова

юридический язык, стиль юридических документов, юридическая терминологическая лексика

Keywords

legal language, style of legal documents, legal terms

1. Тип России и русских в сербской литературе // Вестник Московского Университета. Серия 9. Филология. М., 2001. № 2. С. 20.
2. Гумбольдт В. Язык и философия культуры / Пер. с немецкого. М., 1985.
3. Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур. Вопросы теории и практики межкультурной коммуникации. М., 2008. С. 43.
4. В 1519 году император Священной Римской империи Карл V направил Великому князю Московскому Василию III письмо с извещением о своем вступлении на испанский престол. Ответное послание Василия III, благосклонно принявшего предложение Карла V, было доставлено в Испанию в 1523 году.
5. В силу ряда причин эти исторические события хорошо известны в нашей стране, ставшей на долгие годы вторым домом для многих испанских детей, вынужденно покинувших свою родину в 1939 году.
6. [Электронный ресурс] URL: <http://www.pitirim.sitecity.ru>
7. [Электронный ресурс] URL: <http://www.vesti.ru>
8. ABC, 02.03.2009.
9. El Mundo, 20.06.2009.
10. El País, 02.03.2009.
11. El País, 18.04.2009.
12. El País, 14.04.2009.
13. El País, 18.01.2009.
14. El País, 14.09.2008.
15. El País, 07.07.2008.
16. El País, 16.01.2009.
17. El País, 15.08.2008.
18. El País, 31.01.2009.
19. El País, 10.06.2009.
20. Словарь современного русского литературного языка. М.—Л., 1960. Т. 10.
21. El País, 10.08.2008.

Филология

22. El País, 04.01.2000.
23. El País, 23.02.2009.
24. El País, 04.04.2009.
25. El País, 08.06.2009.
26. El País, 21.09.2008.
27. El País, 26.06.2009.
28. El País, 22.05.2009.
29. El País, 23.06.2009.
30. El País, 23.01.2009.
31. El País, 22.06.2009.
32. El País, 26.07.2008.
33. El País, 07.07.2009.
34. El País, 13.04.2009.
35. El País, 28.02.2009.
36. El País, 09.09.2009.
37. El País, 08.03.2009.
38. El País, 09.09.2009.
39. El País, 02.06.2009.
40. El País, 13.06.2009.
41. El País, 19.07.2009.
42. El País, 09.02.1992.
43. El País, 22.07.2009.
44. El País, 15.06.2009.
45. El País, 19.07.2009.
46. El Mundo, 20.08 2008.
47. El País, 12.07.2009.
48. Лосский Н.О. Ценность и Бытие. М., 2000.