

STRUCTURE AND FUNCTIONS OF COGNITIVE METAPHORS IN THE SPANISH LANGUAGE VIEW OF THE WORLD

The article is devoted to the study of the structure and functions of cognitive metaphors in the Spanish language view of the world, to the definition of their role in the description of nationally-specific concepts, characteristics of national mentality, ideology, psychology and emotional experiences. A special attention is paid to the analysis of both simple and complex metaphors, reflecting national and ethnic characteristics of Spanish conceptual sphere in the language view of the world.

Keywords: *conceptual metaphor, conceptual sphere, language view of the world.*

УДК 81'42; 32.019.5

Приходько И.Г., к.филол.н., н.с.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко

«ТЕМНИКИ» КАК ФЕНОМЕН УКРАИНСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО МАССМЕДИЙНОГО ДИСКУРСА

В статье рассматривается феномен украинского политического массмедийного дискурса, являющийся средством воздействия власти на редакционную политику СМИ и известный в сленге журналистов под наименованием «темники». Представлены основные черты явления, проанализированы особенности семантики и функционирования сленговых единиц, обозначающих данное понятие.

Ключевые слова: *СМИ, медиатекст, медиатопик, сленговое слово.*

В настоящее время можно наблюдать становление общества нового типа – информационного, в котором владеть информацией (а главное – возможностью ее продуцировать!) становится чрезвычайно важно для большинства его субъектов. Стремительное развитие информационных технологий и увеличение количества каналов информации способствовали тому, что за последние 10–15 лет средства массовой коммуникации преобразовались в новую структуру, обеспечивающую непрерывное поступление информации. В этой связи изучение языка СМИ получает особую значимость, как в лингвистическом, так и социальном плане [Язык средств массовой информации 2008]. Предметом изучения лингвистов (М. Н. Володина, И. С. Грабовенко, А. А. Данилова, Т. Г. Добросклонская, А. В. Завражина О. С. Иссерс, Г. В. Пименова,

А. М. Подшивайлова и др.) становятся актуальными дискурсивные практики массмедийного коммуникативного пространства, речевые средства воздействия и манипулирования в политическом массмедийном дискурсе, коммуникативно-прагматические особенности медиатекстов и др.

Анализ содержательной стороны медиатекстов позволяет говорить о системе устойчивых, регулярно освещаемых в масс-медиа тем – тематической доминанте. К таким регулярно воспроизводимым темам (в терминологии Т. Г. Добросклонской – *медиадоминам*) относятся политика, бизнес, спорт, культура, погода, новости международной и региональной жизни и т. п. [Добросклонская 2008, 43; Ермолаева, Геворгян 2012]. В печатной прессе и интернет-изданиях они выносятся в постоянные рубрики и разделы сайта.

В СМИ, как правило, выделяются два широких медиадомина – «новости международные» и «новости домашние», которые, в свою очередь, внутренне тематически структурированы. В силу специфики украинской общественно-политической жизни (страна с 2004 по 2010 годы пребывала в перманентном выборном процессе) произошло изменение украинского массмедийного дискурса и основным политическим нарративом по наблюдению Л. А. Кудрявцевой стали «Выборы» [Кудрявцева 2010]. Закономерно, что главенствующее место в домашних новостях отводится медиадомина «политические новости», где основной массив информации посвящен сообщениям о выборах.

Поскольку средства массовой информации превратились в один из важнейших инструментов политической борьбы, то многие стремятся не просто заручиться поддержкой масс-медиа, но и оказывать активное воздействие на редакционную политику, указывая, в каком ключе необходимо подавать информацию. В связи с чем освещение ситуации со свободой слова и прессы в стране стало одной из постоянных тем украинских СМИ. Главную угрозу свободе слова и печати в Украине, по мнению журналистов, несут наводнившие все виды масс-медиа заказные материалы и указания власти как освещать те или иные события, тем самым искажая информацию в интересах заказчика. Соответственно, содержательная сторона этого медиадомина формируется за счет распространения материалов, посвященных двум основным явлениям, которые в сленге журналистов известны как «джинса» и «темники».

Сознательно привлекая внимание целевой аудитории к данной проблеме, СМИ апеллируют, в первую очередь, к эмоциям и чувствам адресата. Тематика и стилистика газетных, журнальных, интернет-, теле- и радиоматериалов позволяют средствам массовой коммуникации формировать информационную среду, в которую погружен человек, и тем самым определять его настроение. Одним из средств, способных изменять эмоциональное состояние адресата, его отношение к тем или иным событиям и реалиям этого мира, является вовлечение в массмедийное пространство жаргонных и сленговых слов, которые обладают мощным воздействующим ресурсом.

Темники и их присутствие в медийном пространстве – актуальная тема в украинском массмедийном политическом дискурсе [Печончик Т. И. 2007, 2010]. Доказательством этому служит значительное количество публикаций, посвященных проблеме существования темников и практике их применения («*Литвин призывает СМИ не выполнять "темники"*», «*Вместо "теории заговора" – "теория сговора": новые темники для киевских "найемников"*», «*Госкомтелерадио вернуло на государственное ТВ темники*», «*"Темники" Арбузова: идиотизм или идеология?*», «*Штаб Партии регионов рассылает темники о событиях 18 мая (документ)*», «*Темники Левочкина в действии*», «*Как работают "темники" власти в донецких СМИ*», «*Возвращение темников: о пророссийском референдуме если и говорить, то плохо*», «*Власть против референдума: темники возвращаются*», «*Критика евроинтеграции отдельными "регионалами" – это "темники" власти, а не особое мнение депутатов, – Балоба*», «*Как работают "темники" власти в донецких СМИ*» и т. д.). Возможные пути решения данной проблемы обсуждаются экспертами на круглых столах и пресс-конференциях, в рамках дискуссионных клубов и телевизионных программ. Например, целью выпуска информационного проекта Одесской телекомпании «АТВ» «*Детектор лжи*» от 26 мая 2011 года было найти в результате обсуждения ответы на следующие вопросы: *«Заказные материалы и «темники» в СМИ – средства выживания или средства наживы? Затяжная болезнь или естественный признак молодой демократии? Кто виноват и что делать? Гости в студии – медиа-эксперт Игорь Дмитриев, юрист Сергей Маковецкий, журналисты Григорий Блайда и Леонид Штекель».*

Лексема **темник** у большинства людей, не знакомых со сленгом журналистов, вызывает ассоциации либо с титулом монгольского военачальника, руководившего «тьмой» воинов, – то есть десятью тысячами бойцов, либо с тьмой. На самом деле по своему происхождению функционирующее в медийной среде сленговое слово **темник** – *«это сокращение от русского термина "темы недели"»* (<http://www.kipiani.org/samizdat/?18>). Вводя слово в широкий массмедийный обиход, журналисты объясняют широкой аудитории, что номинация образуется от слова «тема», а не «тьма»: *«Впервые услышав слово "темник", автор этих строк не понял его этимологии. Как большой почитатель – в школьные годы – исторических романов и повестей, он до той поры знал это слово только из трилогии Василия Яна <...> Ассоциировалось это слово и с тьмой, на что не обращал внимания только ленивый. Выяснилось, впрочем, что все гораздо прозаичнее: "темники" происходили от слова "тема". В своем оригинальном виде это был перечень тем, обязательных к освещению в медианпространстве»* (Интернет-издание «Форпост», 25.02.2008).

В сленге журналистов слово "темник" имеет несколько значений. Наиболее востребованное и общеизвестное (ведь именно в этом значении слово регулярно звучит в телеэфире и воспроизводится в прессе) обозначает *«рассылаемые СМИ специальные указания»* ("Українські Новини", 05.04.2004); *«своего рода директива, которая рассылается из Кремля по подконтрольным СМИ, где этим "независимым" и "свободным" телеканалам и изданиям даются "руководящие" указания на тему того, как освещать те или иные события»* («Завтра», № 03 (635), 18.01.2006); *«закрытые директивы, которые содержат детальные инструкции, каким образом нужно освещать в новостях политические события в стране»* (портал Delfi.ua, 08.07.2008). Но существует еще и практически неизвестная широкой аудитории лексема «темник» со значением *«пресс-релизы, которые оперативно подаются в СМИ»* («Телекритика», 17.05.2006) – значением, с которым было связано первоначальное употребление слова в медийной среде.

Анализ контекстов, в которых употребляется данное слово, позволяет говорить о том, что журналисты понимают "темник" как:

– одну из форм цензуры, которая позволяет власти оказывать давление на СМИ (*«Вот уже несколько лет в украинской политической среде бытует загадочное слово "темник"»*).

Страшные вещи связывают с этим понятием: борьбу со свободой слова, политическую цензуру, информационную блокаду лидеров оппозиции» (Информационно-аналитический портал "Россия и соотечественники", 07.06.04); *«Обязательно нужно объяснить, что темники не являются рекомендациями; у них больше общего с приказами. Смысл темника не в подаче идеи, а в объединении страха, принуждения и экономической привлекательности, что делает возможным донесение темников до аудитории»* («Украинская правда», 07.03.2007);

– средство воздействия на редакционную политику, которое превращает процесс информирования в манипулирование общественным мнением (*«...темник здесь понимается как прямое указание средству массовой информации, целью которого является изменить редакционную политику этого СМИ и таким образом повлиять на точку зрения аудитории СМИ относительно тех или иных общественных событий»*) («Украинская правда», 07.03.2007);

– дополнительный информационный ресурс (*«Хотя "темники", по большому счету, довольно полезная вещь. Это своего рода дополнительный информационный ресурс: стенограмма выступлений президента, что-то еще...»*) (Подробности, 06.10.2004).

В первых двух случаях слово темник имеет отрицательную коннотацию и обладает мощным воздействующим потенциалом.

Появление темников, целью которых было изменить редакционную политику издания / канала в нужном ключе и тем самым повлиять на точку зрения аудитории, большинство журналистов связывают с именем В. В. Медведчука (*«Темники <...> как средство оседлания и уничтожения украинской журналистики является ноу-хау Виктора Владимировича Медведчука. И тот, кто с этим не согласится, либо трус, либо негодяй, либо просто мало знает»*) (<http://www.kipiani.org/samizdat/?18>)).

Вместе с тем в масс-медиа не прекращаются дискуссии относительно того, кому же на самом деле принадлежит авторство «темников», – западным спецслужбам, российским политтехнологам, В. Медведчуку, Глебу Павловскому, Марату Гельману или Алексею Мустафину: *«"Темники", между прочим, – тоже не украинское изобретение, в России до сих пор с их помощью обеспечивают "единство интерпретаций" в СМИ»* («Профиль», №22 (91), 06.06.2009); *«Кучма также убежден, что понятие*

«темники» придумали для Украины западные политтехнологи» (портал Форум, 09.10.2010); *«Комментируя новость о том, что Медведчук выиграл суд у журнала «Украинский Тиждень» известный политолог, директор Фонда эффективной политики Глеб Павловский признал, что настоящими авторами «темников» были он сам и Марат Гельман»* (портал «ВЛАСТИ.НЕТ», 11.09.2012); *«"Отец темников", как называют Мустафина (Алексей Мустафин – генеральный директор телеканала «Мега», один из основателей партии СДПУ(о) и консультант Партии регионов – П. И.), говорит, что технология "темников" образца 2003 – 2004 гг. сегодня в Украине не применяется. Ей на смену пришла "джинса"»* (PRportal, 03.10.2013).

Возникновение темников было вызвано, по словам журналистов, отсутствием редакторской политики в прессе и на телевидении (*«Но я хочу обратить внимание на причину, благодаря которой «темники» вообще стали возможными. А причина эта банальная – отсутствие вменяемой редакторской политики в большинстве украинских СМИ на тот момент. Большинство редакторов ее просто не создавали и выдавали за редакторскую политику свое настроение и настроение вышестоящего начальства»* («Телекритика», 17.05.2006); *«Очень хорошо помню постоянную смену курса – то Марчук друг канала «Интер», то Марчук враг канала «Интер», то Пустовойтенко гениальный хозяйственник, то полная бездарность, то Кучма малограмотный выскочка, то отец украинского народа. Канал должен был меняться не только от политической конъюнктуры, но и от настроения властей, спонсоров и владельцев <...> Так вот – «темники» должны были, по идее, навести какой-то порядок в этом хаосе»* (там же)). Эпоха их расцвета приходится на последние годы второго президентского срока Л. Д. Кучмы. *«Расцветом эпохи "темников" называют сентябрь – октябрь 2002 года, т. е. время наиболее активных протестных действий оппозиции. <...> Связь скандалов вокруг "темников" с внешнеполитическим аспектом очевидна. Для оппозиции очень выгодно раздуть эту проблему ввиду известного отношения Европы и Америки к свободе слова и к соблюдению демократических процедур в ходе избирательного процесса».* (Информационно-аналитический портал «Россия и соотечественники», 07.06.04).

В то же время, если проследить за тем, как освещаются вопросы свободы слова в украинских масс-медиа, то выяснится, что темники не ушли в прошлое со сменой режима в стране, более того – они никогда не прекращали свое существование. Это одна из форм давления, которая применяется действующей властью (вне зависимости от принадлежности к оранжевому или голубому лагерю) по отношению к СМИ. Так, в разное время в практике применения темников обвиняли президентов Л. Д. Кучму, В. А. Ющенко и В. Ф. Януковича, руководителей Секретариата и Администрации Президента, премьер-министра Ю. В. Тимошенко, кабинет министров:

«Литвин пожаловался, что у него как у председателя Рады нет личных полномочий, чтобы прекратить поступление "темников" в СМИ» (агентство "Українські Новини", 5.04.2004);

«Боже, неужели возвращаются времена "темников", которые я так старательно обходил еще на "Новом канале"? Короче, нами опять пытаются управлять!» («2000», №34 (282), 26 августа – 1 сентября 2005);

«Темники Ющенко» («Коммунист», №74, 21.09.2006);

«Герман просит журналистов не глотать "темники" Балогги (Член фракции Партии регионов Анна Герман обвиняет Секретариат Президента в восстановлении практики применения "темников")» (портал Цензор.нет, 18.07.07);

«Тимошенко воскресила "темники"». "Интер", не однократно уличенный ранее, как, впрочем, и большинство других каналов, в использовании "темников", перешел в наступление. Телекомпания заявила, что премьер-министр Юлия Тимошенко давит на средства массовой информации. И предупредила о появлении введения цензуры со стороны правительства» (информационный портал delfi.ua, 08.07.2008);

«Тимошенко вернула "темники" в СМИ. Журналистам приказывают, как писать о премьерше» (Медиа-проект «Городской Дозор», 5.10.2009);

«Интернет-ассоциация Украины считает: "А предоставление Кабмину (в соответствии с законопроектом) права определения срока, порядка и перечня информации относительно соединений абонентов может привести к возвращению практики применения «темников» и нарушения прав граждан", – считает ассоциация» (www.ПРАВДА.com.ua, 27.10.2009);

«Парубий: Власть рассылает "темники" на государственные каналы» («Украинская правда», 17.08.2012).

Приведенный иллюстративный материал наглядно демонстрирует, что на протяжении более 10 лет представители масс-медиа регулярно пишут и говорят о том, что темники активно используются властью для того, чтобы оказывать давление на СМИ и навязывать единственно правильную трактовку какого-либо события. Более того, появляются новые лексемы для обозначения данного феномена – **"светлики"** (в период президентства В. А. Ющенко и бытность Ю. В. Тимошенко премьер-министром) и **«устники»** (в период президентства В. Ф. Януковича): *«Время X для украинского ТВ. "Придут ли на смену "темникам" от Кучмы "светлики" от Ющенко? Среди телевизионщиков уже ширятся слухи о введении в будущем "светликов", которые заменят "темники", распространяемые в последние годы из администрации Президента» («Товарищ», №1 (688), 05.01.2005); «Да, темники, светлики, как их не назови, всегда были, есть и будут» («Украинская правда», 17.10.2013); «Время темников образца 2004 года прошло, но теперь время "устников", когда указания передаются устно, потом их скрывают под общественным мнением или позицией редактора» (Интернет-обозрение Главное™, 21.05.2010).*

Первая номинация возникает в результате изменившейся содержательной части предписаний (СМИ должны освещать только достижения власти) и несет в своей семантической структуре компонент «свет», вторая – отражает изменившуюся форму этих указаний (власть от письменных директив перешла к устным указаниям):

«И появляются такие чудные проекты, как защита Тимошенко от критики – ну, нельзя же народ пугать, как же это они будут, без Примадонны? <...> Понимаю так, что "темники" плавно превращаются в "светлики" самой черной светлой силы со времен пришествия Иисуса Христа» (<http://jagalux.livejournal.com/136499.html>, 26.04.2009); «Можно, конечно, переименовать «темники» в «светлики» и наполнить их исключительно патриотическим содержанием... Но если принцип действия останется тем же, то и результат будет таким же» («Профиль», №22 (91), 06.06.2009); «"устники" – в журналистских кругах так называют распоряжения новой власти и окружения Ющенко, которые отдаются

преимущественно в устной и очень редко в письменной форме» (<http://javot.net/uadoc/news/2005.new8.htm>).

Проведенный анализ показал, что *темник* – это поступающее от представителей власти в считающиеся независимыми СМИ анонимное указание о том, как необходимо освещать политические события, которое может быть передано как в письменной, так и в устной форме. Как феномен украинского политического дискурса, считается явлением негативным, о чем свидетельствует общая оценочная тональность медийных текстов. Для выражения субъективного отношения к содержанию масс-медийных материалов их авторы используют такие экспрессивные средства как сленговые слова *темник*, *светлик*, *устник*, тем самым способствуя расширению сферы употребления субстандартной лексики.

Таким образом, «Свобода слова и прессы в стране» является одной из наиболее актуальных тем современного украинского политического дискурса. Содержательная сторона этого медиатопика формируется за счет распространения материалов, посвященных двум основным проблемам – преобладанию в масс-медиа заказных материалов (*джинсе*) и практике власти указывать СМИ, в каком ключе необходимо освещать те или иные события (*«темникам»*).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. *Володина М. Н.* Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание [Текст] / Володина М. Н. // Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. – С. 6–24. – ISBN: 978-5-8291-0991-2.

2. *Грабовенко И. С.* Лингвистические измерения пиар-воздействия в массмедийном политическом дискурсе / Грабовенко И. С.: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.15 «Общее языкознание». – К., 2012. – 19 с.

3. *Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь) [Текст] / Добросклонская Т. Г. – М.: Флинта, 2008. – 205 с. – ISBN: 978-5-02-034806-6.

4. *Данилова А. А.* Манипулирование словом в средствах массовой информации [Текст] / Данилова А. А. – М.: «Добросвет», «Издательство „КДУ“», 2009. – 234 с. – ISBN 9785982276131.

5. *Ермолаева Е. Н., Геворгян М. В.* Особенности реализации медиатопика «Война» в современном новостном дискурсе (на материале англоязычных СМИ) [Текст] / Ермолаева Е. Н., Геворгян М. В. // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2012. – Вып. 2(40). – С. 71–74.

6. *Завражина А. В.* Речевая агрессия и средства её выражения в массмедийном политическом дискурсе Украины (на материале русскоязычной газетной коммуникации) / Завражина А. В.: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.02 «Русский язык». – К., 2008. – 20 с.

7. *Иссерс О. С.* Речевое воздействие: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению (специальности) «Связи с общественностью» [Текст] / Иссерс О. С. – 2-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 223 с. – 1000 экз. – ISBN 978-5-9765-0766-1. ISBN 978-5-02-034575-1.

8. *Кудрявцева Л. А.* Массмедийный политический дискурс Украины: особенности «послемайданного» периода / Л. А. Кудрявцева // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке: коллективная монография / Под ред. М. Н. Володиной. – М.: Академический проект, 2011. – С. 30–43.

9. *Пименова Г. В.* К вопросу определения основных характеристик медиатекста как основной (базовой) единицы е-медиалингвистики [Текст] / Пименова Г. В. // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – СПб., 2009. – № 96. – С. 218–221.

10. *Подшивайлова А. М.* Речевые средства манипулятивного воздействия в политическом дискурсе (на материале печатных русскоязычных СМИ Украины) / Подшивайлова А. М.: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.02 «Русский язык». – К., 2009. – 20 с.

11. *Печончик Т. І.* Семантичне поле та внутрішня форма концепту «темник» (на матеріалі українських он-лайнних видань) [Текст] / *Печончик Т. І.* // Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. – Івано-Франківськ, 2007. – Вип. 15–18. – С. 486–488. – (Сер. Філологія).

12. *Печончик Т. І.* Концепт «свобода слова» та його вербалізація в сучасному українському мас-медійному дискурсі [Текст] / *Печончик Т. І.*: автореф. дис. канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». – К., 2010. – 20 с.

13. Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов / под ред. М. Н. Володиной. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. – 760 с. – (Gaudeamus). ISBN 978-5-8291-0991-2 (Академический Проект). ISBN 97(5-5-902766-64-3 (Альма Матер).

Приходько І. Г., к. філол. н., наук. спів.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

«ТЕМНИКИ» ЯК ФЕНОМЕН УКРАЇНСЬКОГО ПОЛІТИЧНОГО МАСМЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ

У статті розглядається феномен українського політичного масмедійного дискурсу, що є засобом впливу влади на редакційну політику ЗМІ й відомий у сленгу журналістів під найменуванням «темники». Репрезентовані основні риси явища, проаналізовано особливості семантики й функціонування сленгових одиниць на позначення цього поняття.

Ключові слова: ЗМІ, медіатекст, медіатопік, сленгове слово.

Przychodko I. G., Cand.Phil.Sci, Research Staff Member,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

"TEMNIKI" AS A PHENOMENON OF UKRAINIAN MASS MEDIA POLITICAL DISCOURSE

The article discusses the phenomenon of Ukrainian mass media political discourse, which means the impact of power on the editorial policy of the media and known in journalists slang under the name "temniki." It describes the main features of the phenomenon, analyzes the semantic features and functioning of the slang units denoting this concept.

Keywords: media, media text, media topic, slang word.

УДК 81'342.3 – 811.161.1'34

Прождогина И. М., к. филол. н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко

СОНОРНЫЕ СОГЛАСНЫЕ РУССКОГО ЯЗЫКА ГЛАЗАМИ КИТАЙСКИХ СТУДЕНТОВ

В статье излагаются и анализируются результаты эксперимента по выявлению символических свойств русских сонорных согласных по аксиологической шкале среди китайских студентов, изучающих русский язык.

Ключевые слова: звукосимволизм, фоносемантика, согласные фонемы, русский язык.

Одной из важнейших задач фоносемантических исследований является выявление символического потенциала звуков – способности тех или иных звуков символизировать определённое понятие [4, с. 22].

«Оценка» (‘хороший’ – ‘плохой’, ‘приятный’ – ‘неприятный’) относится специалистами к таким понятиям, символизация