



DOI: 10.22363/2313-2299-2024-15-3-1021-1039


EDN: KFYAXU

УДК 811.134.2'22'373.612.2'42:32

Научная статья / Research article

Семиотика визуальной метафоры в мексиканском электоральном дискурсе: на примере президентской избирательной кампании 2024 г.

М.В. Ларионова  , С.К. Мосина 

Московский государственный институт международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации, Москва, Российская Федерация
 lariionova.m@list.ru

Аннотация. Актуальность исследования объясняется необходимостью рассмотреть особенности функционирования механизмов дискурсивного смыслообразования и эффективного воздействия на получателей информации с учетом новых лингвосемиотических возможностей современной политической коммуникации, которая реализуется как в реальной, так и в виртуальной цифровой среде, где возрастающую роль обретают мультимедийные технологии, позволяющие кодировать дискурсивные сообщения, используя семиотически поликодовый формат, комбинирующий вербальный способ представления информации с иконическим, цветовым, графическим, метатекстовым и иными форматами. Цель исследования — доказать, что семиотические параметры визуальной метафоры как поликодового знака, функционирующего в дискурсивной среде в рамках прагматической ситуации «Выборы», детерминируют его интерпретативно-смысловой потенциал и при взаимодействии с другими знаковыми кодами приводят к возникновению новых смыслов и интерпретаций. Материалом для изучения визуальных метафор выбраны официальные логотипы, используемые в ходе избирательной кампании 2024 г. в Мексике. Методика исследования, позволяющая обеспечить системное изучение семиотики визуальных метафор, опирается на междисциплинарную и полипарадигмальную модель дискурсологии и имплицитно интегральный подход, сочетающий общенаучные методы анализа и синтеза, сравнения и аналогии с методом социолингвистической интерпретации, семантическим, интерпретативным, лингвокогнитивным и дискурс-анализом. Установлено, что лингвосемиотическая парадигма мексиканского электорального дискурса интегрирует языковые и невербальные семиотические коды для выражения смыслов, концептуализации и категоризации действительности. С помощью различных знаковых кодов метафора-логотип конденсирует смысловое содержание и в качестве когнитивной модели, основанной на аналогии, выступает средством смыслообразования, моделирующим восприятие мира в интересах адресанта. Использование многозначных иконических знаков-образов, понятных широкой аудитории избирателей, транслирует коннотативные, идеологические и социальные смыслы. Таким образом, визуальная метафора как способ логического осмысления и вербализации реальности функционирует в качестве значимого компонента когнитивного пространства электорального дискурса.

© Ларионова М.В., Мосина С.К., 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Ключевые слова: цветосимволика, иконический знак, поликодовость, декодирование

Заявление о конфликте интересов: Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Вклад авторов: Вклад авторов равнозначен на всех этапах исследования.

История статьи:

Дата поступления: 01.06.2024

Дата приема в печать: 15.06.2024

Для цитирования:

Ларионова М.В., Мосина С.К. Семиотика визуальной метафоры в мексиканском электро-ральном дискурсе: на примере президентской избирательной кампании 2024 г. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2024. Т. 15. № 3. С. 1021–1039. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2024-15-3-1021-1039>

Semiotics of Visual Metaphor in Mexican Electoral Discourse: Case-Study of the 2024 Presidential Election Campaign

Marina V. Larionova  , **Sofia K. Mosina** 

Moscow State Institute of International Relations (University), *Moscow, Russian Federation*

 larionova.m@list.ru

Abstract. The relevance of the study is explained by the need to consider the functioning of the mechanisms of discursive sensemaking and an impact on the recipients of information, taking into account the new linguosemiotic opportunities which modern political communication provides and which are manifested not only in the real life, but also in the virtual digital environment. The multimedia technologies are gaining an increasing role, allowing to encode discursive messages, using semiotically polycode format, combining the traditional verbal way of presenting information along with iconic, color, graphic, metatext and other formats. The aim of the study is to prove that semiotic parameters of visual metaphor as a polycode sign functioning in the discursive environment within the framework of the pragmatic situation “Elections”, determine its interpretative and semantic potential and interacting with other sign codes result in new meanings and interpretations. The materials for the study of visual metaphors are the official logos used during the 2024 election campaign in Mexico. The research methodology, which allows for a systematic study of visual metaphors semiotics, is based on the interdisciplinary and polyparadigmatic model of discourse studies and implies an integral approach that combines the general scientific methods of analysis and synthesis, comparison and analogy with the method of sociolinguistic interpretation, semantic, interpretive, linguocognitive and discourse analysis. It has been found out that the linguosemiotic paradigm of Mexican electoral discourse integrates verbal and non-verbal semiotic codes to express meanings, conceptualize and categorize reality. By using of various semiotic codes, the metaphor-logo condenses the semantic content and, as a cognitive model based on analogy, acts as a means of sensemaking, modelling the perception of the world in the interests of the addresser. The use of polysemantic iconic signs-images, understandable to a wide audience of voters, translates connotative, ideological and social meanings. Thus, a visual metaphor as a way of logical comprehension and verbalization of reality functions as a significant component of the cognitive space within electoral discourse.

Keywords: color symbolism, iconic sign, polycode, decoding

Conflicts of interest: The authors declare no conflicts of interest.

Authors' contribution: The authors contributed equally to this article.

Article history:

Received: 01.06.2024

Accepted: 15.06.2024

For citation:

Larionova, M.V. & Mosina, S.K. (2024). Semiotics of Visual Metaphor in Mexican Electoral Discourse: Case-Study of the 2024 Presidential Election Campaign. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 15(3), 1021–1039. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2024-15-3-1021-1039>

Введение

Электоральный дискурс представляет собой сложное коммуникативное пространство, обладающее собственными когнитивными и лингвосомиотическими кодами, которое объективируется в информационной среде в прагматическом контексте «Выборы», служащем для него событийной рамкой. *Структура* электорального дискурса помимо участников речевой деятельности — дискурсивных коммуникантов — адресанта и адресата, вовлеченных в избирательные процессы и предлагающих собственную систему значений и интерпретаций социальных фактов, интегрирует в качестве ключевых компонентов экстралингвистические обстоятельства — реальные события политики как социальной практики, сопровождающие коммуникативную ситуацию. *Семиотика* электорального дискурса конституируется через поликодовые знаковые системы, вербальные, иконические, графические и др., которые, концептуализируя и означивая политическую действительность, формируют функционально-смысловую семиотическую модель дискурса и выполняют задачу превентивной актуализации смыслов в политической коммуникации в интересах акторов, предлагающих собственную систему значений и интерпретаций социальных фактов. Знаковые коды выступают в роли инструмента, позволяющего обрабатывать и репрезентировать информацию, которая соотносит события, знания и речевые действия, фиксировать происходящее и транслировать интенциональность и оценочность дискурса. *Когнитивное пространство* электорального дискурса формируют социально значимые темы, концепции, идеи и понятия, которые вербализируются в дискурсивной деятельности политических акторов, участвующих в избирательных кампаниях. *Прагматика* электоральной коммуникации подчинена задаче оказания эффективного воздействия на сознание и поведение потенциальных избирателей, от убеждений и действий которых зависит электоральный успех политического кандидата.

Изучение современной электоральной коммуникации представляет интерес в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы с точки зрения семиотики и прагмалингвистики. Несмотря на значительное число исследований в российской (А.В. Демкина, М.В. Ларионова [1], Э.В. Будаев [2], М.С. Вершинин [3], Ю.В. Ключев [4], О.Л. Михалева [5], В.Е. Чернявская [6], А.П. Чудинов [7],

Е.И. Шейгал [8] и др.) и зарубежной (Т.А. ван Дейк [9], М. Фаррелли [10], К. Харт [11], П.А. Чилтон [12], Н. Фэйрклаф и И. Фэйрклаф [13] и др.) дискурсологии более широкого понятия «политический дискурс», электоральный дискурс изучен в российской и зарубежной науке в меньшей степени (исследованиями занимаются С.Ю. Павлина [14], М.В. Ларионова [15], П. Чейни [16], В.Л. Бенуа [17]). *Актуальность* научного анализа электоральной коммуникации объясняется необходимостью рассмотреть особенности функционирования явных и скрытых механизмов дискурсивного смыслообразования и эффективного воздействия на получателей информации с учетом новых лингвoseмиотических возможностей современной политической коммуникации, которая реализуется не только в реальной, но и в виртуальной цифровой среде. *Научная новизна* исследования состоит в интегральном изучении семиотической и прагмакогнитивной парадигмы визуальных метафор, дискурсивная синергетика которых генерирует новые смыслы при соотнесении нескольких образов, репрезентированных иконическими знаками, и актуализирует системные свойства дискурса как инструмента концептуализации и категоризации действительности при осуществлении речевых, интеллектуальных и социальных действий.

В рамках изучения электорального дискурса в современных условиях «медиатизации политики» [18. С. 87], которая осуществляется в информационно-коммуникативном пространстве и воплощается в политическом и электоральном дискурсе, всевозрастающую роль обретают мультимедийные технологии, позволяющие кодировать дискурсивные сообщения, используя семиотически поликодовый формат, комбинирующий традиционный вербальный способ представления информации с иконическим, цветовым, метатекстовым и иными форматами. Эвристика иконических семиотических кодов, и визуальной метафоры в частности, непосредственно связана с их наглядностью, которая обуславливает синтез рационального и образного мышления [19], что наделяет иконические знаки уникальными свойствами с точки зрения лингвопрагматики и семиотики. Так, с одной стороны, визуальная метафора — иконический знак, который имплицитно свойства представляемого объекта, и соответственно, актуализирует в сознании реципиента определенные образы, рождающие смыслы и интерпретации, обеспечивающие информативную множественность при передаче и восприятии информации. С другой стороны, визуальная метафора обладает суггестивностью, под которой понимается воспринимаемое адресантом без критической оценки намеренно осуществляемое внушение, в целях установления доверия реципиента к адресанту [18. С. 53]. Суггестия, апеллирующая к эмоциональному, а не рациональному началу при обработке информации, наряду с манипуляцией, реализуется как способ дискурсивного воздействия на сознание и чувства аудитории-реципиента и является частью когнитивно-коммуникативной стратегии прагматически эффективной коммуникации [20].

Визуальные метафоры — относительно новый предмет изучения в современной лингвистике и дискуртологии. Данной теме посвящены работы Н.Л. Чулкиной, В.В. Макашовой [21], Е.М. Исаковой, Н.Ф. Крюковой [22], Л.С. Большаковой [23], О.В. Поповой [19]). Однако в отечественной и зарубежной науке отсутствуют системные исследования семиотики визуальной метафоры в контексте электорального дискурса. Статья призвана заполнить исследовательскую лауну и доказать состоятельность следующей *научной гипотезы*: семиотические параметры визуальной метафоры как поликодового знака, функционирующего в дискурсивной среде в рамках прагматической ситуации «Выборы», детерминируют его интерпретативно-смысловой потенциал и при взаимодействии с другими знаковыми кодами приводят к возникновению новых смыслов и новых интерпретаций. *Когнитивный механизм* визуальной метафоры, основанный на аналогии, позволяет адресанту конкурировать за присвоение функции смыслонаделения и транслировать те смыслы, которые необходимы для регулирования мировоззрения и социального поведения адресата. *Прагматический потенциал* визуальной метафоры объективируется как способ дискурсивного воздействия адресанта на концептуальную картину мира аудитории-реципиента путем интегрирования суггестивных и манипулятивных стратегий для привлечения на свою сторону максимально возможного числа избирателей.

Материалы и методы исследования

Материалом для изучения визуальных метафор, функционирующих в электоральном дискурсе, выбраны официальные логотипы, которые используют кандидаты на пост президента Мексики в ходе избирательной кампании 2024 г. *Методика* исследования, позволяющая обеспечить системное изучение семиотики визуальных метафор, опирается на междисциплинарную и полипарадигмальную модель дискуртологии и имплицитно интегральный подход, сочетающий общенаучные методы анализа и синтеза, сравнения и аналогии с методом социолингвистической интерпретации, а также семантическим, интерпретативным, лингвокогнитивным и дискурс-анализом, дающими возможность интерпретировать значение визуальных метафор в контексте электорального дискурса и раскрыть их когнитивный и прагматический потенциал.

Результаты исследования

Визуальные метафоры: семиотика смыслообразования

Цифровая среда как поле реализации политики в информационном обществе значительно расширила традиционный формат коммуникации и ведения политической деятельности благодаря новым технологическим возможностям для взаимодействия между властью и обществом. Неограниченный доступ к информации в интернет-среде, семиотическая

поликодовость, мультимедийность, гипертекстуальность, интерактивность создают возможность для гражданского общества напрямую участвовать в диалоге с политическими элитами и превращают дискурсивную деятельность в эффективный способ вербализации, интерпретации и трансформации действительности.

Лингвосемиотическая парадигма мексиканского электорального дискурса интегрирует языковые и невербальные семиотические коды для выражения смыслов, концептуализации и категоризации действительности. Поликодовая подача информации, наряду с текстовой, включает в себя звуковой, иконический, цветовой, графический, имиджевый контент, метатекстовые знаки, гиперссылки, паравербальные компоненты, реперзентирующие эмоции, и другие форматы. Примером служат электоральные эмблемы партий, которые функционируют как визуальная метафора, генерируя с помощью иконических кодов, превалирующих над вербальным, по мнению Н.Д. Арутюновой, «образ, приобретающий символическую (ключевую) значимость» [24. С. 22].

Различные семиотические системы, которые используются для создания электоральных логотипов/эмблем политических партий и движений, участвующих в выборах, обладают разной степенью смысловой и интерпретативной нагрузки. Их когнитивное взаимодействие с другими иконическими знаками в рамках единого дискурсивного сообщения приводит к возникновению новых значений, имплицированных многоплановостью семиотического знака, связанной с его дискурсивной семантикой и условиями коммуникации, и обеспечивает смысловую множественность при передаче и восприятии информации. Визуальная метафора, сочетающая чувственное и понятийное начала, имплицитно образность, эмотивность, оценочность, которые функционируют как синергетические категории дискурса [25. С. 71], способные порождать, передавать и репрезентировать дополнительные значения в смысловом пространстве дискурса, обеспечивая его эволюцию.

Использование визуальных кодов в электоральном дискурсе концептуально мотивировано функциональной нагрузкой и задачами, которые они выполняют в качестве обязательного элемента ведения электоральной кампании. Рассмотрим эмблемы основных политических акторов-участников президентских и парламентских выборов, состоявшихся в Мексике в июле 2024 г. и ставших самыми масштабными в стране: кроме главы государства, на выборах определялся состав федерального конгресса, избирались губернаторы девяти штатов, муниципальные депутаты, состав муниципальных администраций — в общей сложности около 20 тысяч политиков. На пост президента претендовали три основных кандидата: К. Шейнбаум от блока «МОРЕНА», С. Гальвес от блока «Сила и сердце за Мексику», А. Майнес от «Гражданского движения».

Так, эмблема блока, от которого выступает кандидат С. Гальвес, помимо текстового слогана *Fuerza y Corazón por México*, повторяющего название политического объединения, состоит из четырехцветного круга, в центр которого стилизовано вписано название страны, украшенное символом сердца (рис. 1):



Рис. 1. Логотип блока «Сила и сердце за Мексику» (*Fuerza y Corazón por México*)

Источник: Национальный институт выборов в Мексике. Режим доступа: <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/161905/CGor202312-15-rp-20-2-a2.pdf> (дата обращения: 09.07.2024).

Fig. 1. Logo of *Fuerza y Corazón por México*

Source: Mexican National institute of elections. URL: <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/161905/CGor202312-15-rp-20-2-a2.pdf> (accessed: 09.07.2024).

Эмблема электорального блока семиотически представляет собой визуальную метафору, в которой каждый ее компонент и их синтез транслируют особые смыслы и интенциональные установки, сквозь призму которых адресант концептуализирует и моделируется реальность в электоральном пространстве, стремясь привлечь как можно больше голосов избирателей. Политическая *метафора «круга»* репрезентирует видение электората как сообщества единомышленников, сопричастных к идеям, целям и действиям политического актора. Выбор *цветовой гаммы* коннотативно передает символичные смыслы, имплицитующие национальные культурные коды, которые понятны избирателям: красный цвет означает в мексиканской геральдике храбрость, синий — величие, желтый — справедливость, пурпурный — достоинство¹. Цветосимволика в эмблеме блока содержит посыл «смело выступаем за справедливость и достоинство великой страны». Идея имплицитна и может быть декодирована в такой формулировке не всеми избирателями. Тем не менее, выбранные цветообозначения актуализируют необходимые ассоциации в сознании реципиента, позволяя достичь коммуникативной задачи адресанта по крайней мере частично.

Кандидат на пост президента Мексики — А. Майнес, представляющий партию *Movimiento ciudadano* ‘Гражданское движение’, строит электоральную кампанию, используя оранжевый цвет — официальный цвет партии, который семиотически представлен не только визуально, но и вербально,

¹ Геральдическая энциклопедия «Флагшток». Режим доступа: <https://f-gl.ru/> (дата обращения: 09.07.2024).

в слогане *La naranja es vida* ‘Оранжевый (досл. апельсин) — это жизнь’. Так, на официальном сайте «Гражданского движения» (рис. 2) содержится объяснение выбора данного цвета как символа партии: оранжевый — цвет будущего, свежести, нового². Согласно исследованиям [26], семантически оранжевый цвет ассоциируется с современными и молодыми партиями, что отражает реальную ситуацию в Мексике: А. Майнес — самый молодой из кандидатов, ему 38 лет (обеим его соперницам 61 год), он единственный в истории кандидат на пост президента Мексики, не достигший сорокалетнего возраста³:



Рис. 2. Логотип «Гражданского движения»

Источник: Официальный сайт Movimiento Ciudadano. Режим доступа: <https://movimientociudadano.mx/editoriales/la-naranja-es-vida> (дата обращения: 13.08.2024).

Fig. 2. Logo of Movimiento Ciudadano

Source: Movimiento Ciudadano official website. URL: <https://movimientociudadano.mx/editoriales/la-naranja-es-vida> (accessed: 13.08.2024).

В испанском языке название цвета «оранжевый/апельсиновый» образовано от существительного «апельсин»: *naranja* — *color de naranja* — *color naranja*. Лексема *naranja* ‘апельсин’ семиотически и синтаксически, через артикль женского рода, имплицирована в семантический контекст логотипа партии, и, обладая богатым смыслопорождающим потенциалом, метафорически, через символные ассоциации с фруктом правильной круглой формы, транслирует идею единения, общности, защищенности, заботы, прагматически востребованную в электоральном дискурсе.

Клаудия Шейнбаум, кандидат на пост президента, представляющая альянс *Sigamos Haciendo Historia* ‘Давайте продолжать делать историю’, — и одержавшая победу в 2024 г, выбрала в качестве электоральной эмблемы (рис. 3) для своей кампании собственный контурный портрет в профиль, выполненный *color guinda* ‘в вишнёвом цвете’ — цвете правящей партии *Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA)* ‘Движение национального возрождения’, сокращенно MORENA, которую она представляет. Эмблему сопровождает хештег *#EsClaudia* ‘#ЭтоКлаудия’.

² Movimiento Ciudadano. Режим доступа: <https://movimientociudadano.mx/editoriales/la-naranja-es-vida> (дата обращения: 09.07.2024).

³ Castillo Jiménez E. Jorge Álvarez Máynez: “No quiero ser el Samuel García dos”. *El País*, 14.01.2024. Режим доступа: <https://elpais.com/mexico/2024-01-14/jorge-alvarez-maynez-no-quiero-ser-el-samuel-garcia-dos.html>. (дата обращения: 09.07.2024).



Рис. 3. Эмблема Клаудии Шейнбаум на президентских выборах 2024 г.
Источник: Ensinaloa. Режим доступа: <https://ensinaloa.mx/local/apoyan-sheinbaum-sinaloa-coleccion-de-ilustraciones/> (дата обращения: 09.08.2024).

Fig. 3. Claudia Sheinbaum's logo at the presidential elections in 2024
Source: Ensinaloa. URL: <https://ensinaloa.mx/local/apoyan-sheinbaum-sinaloa-coleccion-de-ilustraciones/> (accessed: 09.08.2024).

Сокращенное название правящей партии *MORENA* (лексема *moreno/a* означает 'смуглый, темноволосый') в мексиканском национально-культурном пространстве имплицитно имеет сильную метафорическую связь с нерукотворным образом *La Virgen de Guadalupe* 'Богородицы Гваделупской', святой покровительницы Мексики и наиболее почитаемой святыней во всей Латинской Америке, где Пресвятая Дева изображена смуглой. Образ Богородицы Гваделупской, вербализированный в мексиканском дискурсе как *La Morenita* 'Смугляночка', стал национальным символом и наряду с глубокими цивилизационными и религиозными смыслами имплицитно несет социальные и политические коннотативные значения, ассоциированные с концептами *ВЕРА, НЕЗАВИСИМОСТЬ, СВОБОДА, РОДИНА*⁴. Выбранный вишневый цвет представляет собой вариацию красного, являющегося одним из цветов национального флага, что, по мнению мексиканских политиков, метафорически ассоциирует в сознании граждан партию *MORENA* и страну как единое целое.

Еще одним семиотическим приемом создания визуальной метафоры является использование иконических изображений, репрезентирующих тот или иной референт. Они различаются по степени семиотической достоверности: реалистическое изображение объекта наиболее точно передает иконка-образ, выполняющая, благодаря физическому сходству с референтом, номинативную функцию. В этом случае форма как информация о денотате берет на себя роль значения. *Иконка-схема*, дающая более обобщенное представление о денотате, и *иконка-символ*, визуально наиболее абстрактная, реализуют когнитивную функцию, передавая дополнительные конвенциональные смыслы, которые имплицитно толкуются при интерпретации репрезентируемых объектов.

⁴Hernández Torres T.A. Virgen de Guadalupe: ¿de dónde nace el nombre de la 'Morenita' de México? El Tiempo. Режим доступа: <https://www.eltiempo.com/cultura/gente/virgen-de-guadalupe-donde-nace-el-nombre-de-la-morenita-de-mexico-835364> (дата обращения: 07.08.2024).

Семантическая нагрузка иконических знаков в электоральной дискурсивной среде актуализируются благодаря поддерживающему сообщению прагматическому контексту.

Так, А. Майнес, кандидат от Гражданского движения, в своей избирательной кампании использует сразу несколько иконических символов для создания электоральной эмблемы как визуальной метафоры (рис. 4):

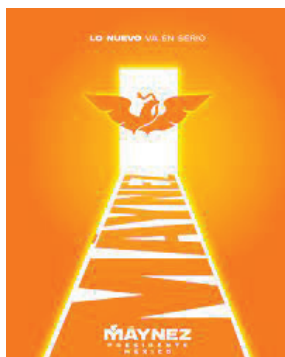


Рис. 4. Эмблема Альвареса Майнеса на президентских выборах 2024 г.

Источник: Официальный сайт Movimiento Ciudadano. Режим доступа: <https://movimientociudadano.mx/integrantes/jorge-alvarez-maynez> (дата обращения: 09.07.2024).

Fig. 4. Logo of Alvarez Maynez at the 2024 presidential elections

Source: Movimiento Ciudadano official website. URL: <https://movimientociudadano.mx/integrantes/jorge-alvarez-maynez> (accessed: 09.07.2024).

Дорога, ведущая в озаренное светом будущее, выложена буквами фамилии кандидата *Máynez*, ее венчает изображение орла, метафоры сопровождаются слоганом *Lo nuevo va en serio* 'Новое действительно приходит', графически представленного разными типографическими шрифтами, где семантически главное слово *Lo nuevo* 'новое' выделено жирным начертанием. Визуальная метафора рождает в сознании реципиента яркий образ: Майнес приведет страну к позитивным переменам, Майнес — свет в конце тоннеля. Дорога, движение вперед, свет — эти образы коннотативно ассоциированы с положительными признаками и призваны способствовать аттракции кандидата. Глубокую метафорическую нагрузку в мексиканском национально-культурном пространстве несет символ орла: орел изображен на флаге и гербе страны, это священная птица, которая с доиспанских времен была частью автохтонной мифологии Мексики и имеет глубокое культурное значение для всех ее граждан. Использование национального символа страны как логотипа Гражданского движения и его электоральной эмблемы является удачным дискурсивным приемом, так как орел в мексиканском культурном коде олицетворяет солнце, свет, стойкость, превосходство над другими, свободу, силу, храбрость, транслируя эти символичные смыслы широкой

аудитории избирателей для того, чтобы гарантировать поддержку своего кандидата. Изображение орла, пожирающего змею, символизирует в мексиканской мифологии победу солнца над его врагами, позволяя передать смысл, который не нуждается в вербальной репрезентации и оказывает сильный воздействующий эффект.

В электоральную эмблему блока *Fuerza y Corazón por México* 'Сила и сердце за Мексику' (Рис. 1) интегрированы пиктограммы «сердечко» и «крестик», образы которых обладают значительной культурно-семантической емкостью, мультиплицируя несколько скрытых смыслов. Встроенная иконка сердечка эмпатийно транслирует идею любви, которая конвенционально сопряжена с этой пиктограммой, и дискурсивно сокращает дистанцию между политиками и электоратом. Иконическое изображения крестика, интерпретируемое как испанская буква X, содержится в названии страны *México*, а также отсылает к первой букве имени кандидата на пост президента страны от блока Сила и сердце за Мексику — Сочитль Гальвес (в испанском языке имя «*Sochitl*» пишется через букву «X» — *Xochitl*), метафорически объединяя концепты *México* — *Xochitl* 'Мексика — Сочитль'. Дополнительная метафорическая коннотация символа «крестик» в электоральном дискурсе когнитивно ассоциируется с крестиком как символом-отметкой в поддержку кандидата в избирательном бюллетене.

Слоганом избирательной кампании кандидата Сочитль Гальвес стал девиз *Mexico sin miedo* 'Мексика без страха'. Иконка «крестик» как невербальная метафора в электоральном экстралингвистическом контексте также служит наглядной иллюстрацией вычеркивания страха из жизни мексиканцев. Таким образом, выбор многозначного символа для электоральной кампании, который включает в себя совокупность разнообразных заложенных в нем смыслов, создает возможность транслировать добавочные значения, которые не выражены вербально, но интегрированы в концептуальное пространство партийного дискурса.

Таким образом, в условиях жесткой конкуренции между акторами за дискурсивное и политическое доминирование использование в электоральном дискурсе визуальных метафор как семиотически поликодовых сообщений актуализирует когнитивные механизмы, создающие особую систему кодирования и интерпретации информации. Семиотическая полифония смыслов, множественность символьных ассоциаций цветовых и иконических образов, передающих дополнительные конвенциональные смыслы, невыраженные вербально и имплицированные толкованием репрезентируемых объектов, способствуют формированию общественного мнения и поведения электоральной аудитории в соответствии с интенциональной установкой адресанта, стремящегося получить политическую власть.

Визуальные метафоры: прагматика дискурсивного воздействия

Дискурсивная роль визуальных метафор, конфигурирующих смысловое пространство электорального дискурса, состоит в том, чтобы задавать прагматический вектор интерпретации сообщения, выполняя тем самым воздействующую функцию. При кодировании информации адресантом и ее декодировании адресатом с помощью визуальных метафор, включающих в себя различные иконические коды (цветовой, графический, пиктограммы-символы, фотоизображения и др.), используется когнитивный механизм узнавания иконического изображения и обозначаемого им референта благодаря пресуппозициям и знаниям о его отличительных свойствах, а также метод интерпретации, направленный на выявление понятийного содержания, метафорических и символических смыслов, которые транслируют иконические образы.

С. Холл, представитель Бирмингемской школы дискурс-анализа, утверждает, что знание о мире носит дискурсивный характер, так как информация о реальности всегда семиотически опосредована вербальными и иными, невербальными знаковыми системами, ее транслирующими. Это приводит к проблеме асимметрии при кодировании/декодировании сообщения. Адресант, трансформирующий события в дискурс, неизбежно искажает информацию, создавая субъективную реальность, отвечающую его интересам, а второй раз информация деформируется адресатом, который интерпретирует смысловое многообразие на основе собственных смысловых кодов, часто не совпадающих с кодами адресанта.

Субъективность и интенциональность адресанта дискурсивного сообщения-метафоры, преследующего собственные коммуникативные цели и задачи, и субъективность адресата-интерпретатора при «расшифровке» визуальной метафоры могут приводить к герменевтическому смысловому соответствию, то есть к адекватности понимания заложенных смыслов, или же, наоборот, к коммуникативной «осечке» (*misfire*, термин Дж. Остина [27. С. 27]), снижающей эффективность дискурса, препятствующей достижению интенций адресанта или наносящий существенный вред выбранной им дискурсивной электоральной стратегии.

Примером дискурсивной эффективности и герменевтической гармонии выступают визуальные метафоры кандидата К. Шейнбаум, которая выстраивает электоральный дискурс, апеллируя к теме феминизма, намеренно подчеркивая факт того, что является женщиной-кандидатом на пост президента впервые в истории страны. Электоральная метафора женщины создает образ, ассоциируемый с Родиной, семьей, любовью, заботой. Серия визуальных эмблем-метафор, предложенных командой К. Шейнбаум, актуализирует в сознании аудитории-реципиента именно эти положительные концепты (рис. 5):



Рис. 5. Эмблема К. Шейнбаум применительно к муниципалитетам Мексики (слева направо: Бадирагуато, Росарио, Сальвадор Альвараво)

Источник: Ensinaloa. Режим доступа: <https://ensinaloa.mx/local/apoyan-sheinbaum-sinaloa-coleccion-de-ilustraciones/> (дата обращения: 09.08.2024).

Fig. 5. C. Sheinbaum's logo regarding Mexico's municipalities (from left to right: Badiraguato, Rosario, Salvador Alvarado)

Source: Ensinaloa. URL: <https://ensinaloa.mx/local/apoyan-sheinbaum-sinaloa-coleccion-de-ilustraciones/> (accessed: 09.08.2024).

Электоральный логотип, рассчитанный на общенациональную политическую кампанию, хотя и не воспроизводит портретного сходства с кандидатом, обладает эффектом узнаваемости и закрепляет образ кандидата, которая известна электорату своей неизменной прической. Логотип-метафора сохраняет общую когнитивную и изобразительную стилистику, но трансформируется, благодаря интегрированию в контурах профиля кандидата фотоизображения знаковой достопримечательности какого-либо мексиканского штата/муниципалитета, вербального дублирования его названия на эмблеме и изменению цвета фона. На логотипе сохраняется хештег *#EsClaudia* ‘#ЭтоКлаудия’, и реципиент легко считывает заложенную дискурсивную информацию: «Штат/муниципалитет (название) — это Клаудия». Подобную визуальную метафору можно трактовать как синекдоху, когда кандидат, по замыслу политтехнологов команды Шейнбаум, когнитивно ассоциируется с целым регионом и метафорически со всей страной. Взаимодействие вербального и невербальных семиотических кодов расширяет репрезентативные возможности каждого из них и актуализирует синергетику дискурса: общее содержание поликодового дискурсивного сообщения всегда выходит за семантические рамки простой совокупности смыслов составляющих его компонентов.

Удачный образ-метафора эмпатийно позволил К. Шейнбаум найти точки соприкосновения с широкой аудиторией электората, так как любой избиратель ассоциативно соотносит себя со своей Родиной. Выбранная кандидатом К. Шейнбаум визуальная метафора способствовала привлечению максимально возможного числа сторонников и привела ее электоральной победе 2 июля 2024 г. Примечательно, что на следующий день после проведения выборов, когда были оглашены предварительные результаты, Эво Моралес, бывший президент Боливии, прокомментировал победу мексиканки Клаудии

Шейнбаум словами *Claudia es America Latina* ‘Клаудия — это Латинская Америка’⁵. Подобный прием генерализации на основе метафоры в политическом нарративе используется для создания атмосферы сопричастности, для акцентирования латиноамериканского цивилизационного единства и для демонстрации поддержки между властью и обществом.

Манифестацией идеи С. Холла, который отмечает, что результат декодирования дискурсивного сообщения может существенно отличаться от того, как оно было закодировано [28. С. 55], служит тактика кандидата С. Гальвес, неудачно использовавшей жест в виде скрещенных пальцев в ходе публичных выступлений, а также на баннерах и фотоизображениях с символикой своего политического блока (рис. 6):



Рис. 6. Сочитль Гальвес и ее жест в виде скрещенных пальцев

Источник: Национальный институт выборов Мексики. Режим доступа: <https://centralelectoral.ine.mx/debates-2024/xochitl-galvez/> (дата обращения: 13.08.2024).

Fig. 6. Xochitl Gálvez and her gesture of crossed fingers

Source: Mexican National institute of elections. URL: <https://centralelectoral.ine.mx/debates-2024/xochitl-galvez/> (accessed: 13.08.2024).

Жестикуляция в электоральном дискурсе является инструментом дополнительного суггестивного воздействия на реципиента. Жест «скрещённые пальцы» акцентирует внимание на символе «крест, крестик», который, как мы отмечаем выше, интегрирован в электоральную дискурсивную кампанию кандидата С. Гальвес как отсылка к первой букве ее имени, как ассоциативная связь с необходимой отметкой на бюллетене, а также с совокупностью основных метафорических символических смыслов, присутствующих в культурном коде мексиканцев⁶. Однако метафорические

⁵ Paredes A., Uribe U. Elecciones México 2024: En vivo la contienda presidencial entre Claudia Sheinbaum, Xóchitl Gálvez y Álvarez Máynez. El Universal, 02.06.2024. Режим доступа: <https://www.eluniversal.com.mx/elecciones/elecciones-mexico-2024-en-vivo-la-contienda-presidencial-entre-claudia-sheinbaum-xochitl-galvez-y-alvarez-maynez/> (дата обращения: 09.07.2024).

⁶ Verificación: Ademán de Xóchitl Gálvez al cruzar los dedos simboliza la letra X, dice su campana. Reuters, 06.03.2024. Режим доступа: <https://www.reuters.com/fact-check/espanol/QJKPYENS2FM65GCMOGSGH2CBHU-2024-03-06/> (дата обращения: 09.07.2024).

значения концепта *КРЕСТ* допускают и прагматически менее адекватные для электорального контекста трактовки: перепутье, на котором находится страна, переломный момент в ее истории и пр. Политтехнологи также не учли, что у некоторых избирателей подобный жест вызвал негативную ассоциацию с Бафометом, скрещенные пальцы и ноги которого — символика сатанизма. Безусловно, подобная интерпретация у мексиканцев, 77,8 % которых католики⁷, деструктивно сказалась на формировании образа кандидата, несмотря на опровержения данной теории, последовавшие от команды С. Гальвес. Последствия некорректной трактовки визуального семиотического кода как части общей дискурсивной семантики сообщения повлекли за собой политически негативные прагматические действия: часть электората отказалась голосовать за кандидата С. Гальвес. В этом случае наблюдается явная коммуникативная осечка, вызванная разночтениями и несоответствиями закодированного и декодированного сообщений.

Таким образом, невербальные иконические семиотические коды, участвующие в создании визуальных метафор как дискурсивных сообщений, формируют особое коммуникативно-прагматическое семантическое поле в электоральном дискурсе. Использование визуальных метафор, обладающих семантической емкостью, образностью, наглядностью, упрощающей восприятие, и запоминаемостью, может служить цели привлечения электората и созданию позитивного образа кандидата, а при нарушении алгоритмов кодирования и декодирования приводить к несовпадениям ожидаемого и действительного коммуникативного эффекта, влекущим негативные прагматические последствия.

Заключение

Медиатизация политического пространства непосредственным образом влияет на электоральный дискурс, в котором возрастает роль невербальной коммуникации, использования иконических знаков и визуальных метафор. Электоральная борьба в Мексике в 2024 г. продемонстрировала новую для национальных избирательных кампаний практику: все политические партии и движения, а также репрезентирующие их кандидаты, вели борьбу за власть, используя эмблему-логотип в качестве поликодового компонента электоральной стратегии. Семиотически электоральная эмблема, обязательный элемент, сопровождающий любое публичное выступление кандидата, представляет собой визуальную метафору. С помощью различных знаковых кодов, вербальных, иконических, цветовых, графических и др. метафора-логотип

⁷ Посольство Российской Федерации в Мексиканских Соединенных Штатах. Режим доступа: <https://mexico.mid.ru/ru/russia-mexico/meksika/kultura-meksiki/religiya> (дата обращения: 09.07.2024).

конденсирует смысловое содержание и в качестве когнитивной модели, основанной на аналогии, выступает средством смыслообразования, моделирующим восприятие мира в интересах адресанта.

Семиотика визуальной метафоры как поликодового дискурсивного знака, интегрированного в электоральную коммуникацию, раскрывает прагмакогнитивные механизмы, которые способствуют формированию суждений и поведения социальной аудитории в условиях плюрализма мнений политических акторов, жестко конкурирующих за власть. Использование многозначных иконических знаков-образов, интуитивно понятных широкой аудитории избирателей, цветосимволики, графики, нередко в сочетании с вербальным кодом, транслирует коннотативные, идеологические и социальные смыслы, адекватная интерпретация которых невозможна без учета их экстралингвистической маркированности в электоральном контексте. Визуальная метафора как способ логического осмысления и вербализации реальности функционирует в качестве значимого компонента синергетической структуры смыслового пространства электорального дискурса.

Семиотическая когезия вербальной и невербальной составляющих визуальной метафоры актуализирует механизмы функционально-смысловой семиотики электорального дискурса, порождая ассоциации и символные коннотации, которые посредством образности, многозначности и дополнительных смыслов, содержащихся в иконическом знаке, оказывают целенаправленное суггестивное воздействие на восприятие мира адресатом и регулируют его социальное поведение в интересах адресанта. В этом заключается особая манипулятивная сила метафоры, которая определяет вектор интерпретации действительности, моделируя на основе аналогии восприятие мира в прагматическом электоральном контексте. Использование визуальных метафор делает электоральный дискурс эмотивным, что позволяет адресанту более эффективно реализовать коммуникативную задачу — привлечь на свою сторону максимально возможное число избирателей. Тем не менее, не все визуальные метафоры декодируются аудиторией-адресатом в соответствии с заложенными в них смыслами, что приводит к коммуникативным неудачам и не позволяет достичь запланированного адресантом коммуникативно-прагматического результата.

Таким образом, поликодовая визуальная метафора как часть электоральной дискурсивной стратегии способствует оптимальной реализации коммуникативных намерений адресанта и онтологически функционирует как эффективный дискурсивный способ воздействия на концептуальную картину мира избирателей, которым пользуется адресант-политик, стремящийся присвоить функцию смыслонаделения с целью формирования понятийного пространства электорального дискурса, соответствующего его политическим интересам.

Библиографический список

1. Ларионова М.В., Демкина А.В. Хештег как лингвокогнитивная единица испанского политического дискурса // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 3. С. 774–788. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2021-12-3-774-788>
2. Будаев Э.В. Критический анализ политического дискурса: основные направления современных зарубежных исследований // Политическая лингвистика. 2016. № 6(60). С. 12–17.
3. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001.
4. Ключев Ю.В. Политический дискурс в массовой коммуникации: анализ публичного политического взаимодействия. СПб.: Изд-во С.-Петерб. Ун-та, 2010.
5. Михалева О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. М.: ЛИБРОКОМ, 2009.
6. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учебное пособие. М.: Директ-Медиа, 2014.
7. Чудинов А.П. Политическая лингвистика. М.: Флинта, Наука, 2006.
8. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2004.
9. Dijk T.A. van. Discourse and manipulation. London: SAGE Publ., 2006.
10. Farrelly M. Discourse and Democracy. Critical Analysis of the Language of Government. London: Routledge, 2015.
11. Hart C. Discourse, Grammar and Ideology. Functional and Cognitive Perspectives. London: Bloomsbury Academic, 2014.
12. Chilton P.A. Analysing political discourse: theory and practice. London: Routledge; Taylor & Francis, 2004.
13. Fairclough I., Fairclough N. Political Discourse Analysis. A Method for Advanced Students. London: Routledge, 2012.
14. Павлина С.Ю. Реализация персуазивной стратегии в американском электоральном дискурсе сквозь призму перевода // Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2021. № 2(42). С. 66–74. <https://doi.org/10.25688/2076-913X.2021.42.2.07>
15. Ларионова М.В. Лингвосомиотика электорального дискурса (на материале избирательных кампаний в Испании в 2023 году) // Political Linguistics. 2024. № 3. С. 21–32.
16. Chaney P. Electoral discourse and formative structural narratives of welfare divergence in multi-level systems: homelessness policy in UK elections 1970–2011 // Journal of International and Comparative Social Policy. 2013. № 29(1). С. 28–47.
17. Benoit W.L. Topic of presidential campaign discourse and election outcome // Western Journal of Communication. 2003. № 67(1), 97–112.
18. Засурский И.И. Массмедиа второй республики. М.: Изд-во Московского университета, 1999.
19. Попова О.В. Метафора как когнитивное средство создания визуальной образности // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2017. № 7(256). С. 194–198.
20. Чернявская В.Е., Молодых Е.Н. Речевое воздействие в политическом, рекламном и интернет-дискурсе. М.: ЛЕНАНД, 2017.
21. Чулкина Н.Л., Макашова В.В. Визуальные метафоры в педагогическом дискурсе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2024. Т. 15. № 1. С. 211–231. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2024-15-1-211-231>
22. Исакова Е.М., Крюкова Н.Ф. Визуальная метафора и способы её идентификации // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2021. № 4(71). 95–100. <https://doi.org/10.26456/vtfilol/2021.4.095>
23. Большакова Л.С. Когнитивный механизм создания визуальной метафоры (на материале англоязычных музыкальных видеоклипов) // Современные проблемы науки и образования. 2008. № 2.

24. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс. Теория метафоры. М., 1990.
25. Словицова Е.Л., Ельцова М.Н. Синергетические категории дискурса (на материале рекламного дискурса) // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2012. № 2(18). С. 67–83
26. Roa-Castellanos R.A. La política de colores: ¿Partidos naranja? Universidad del Rosario. Режим доступа: <https://urosario.edu.co/revista-nova-et-vetera/columnistas/la-politica-de-colores-partidos-naranja> (дата обращения: 09.07.2024).
27. Austin J.L. How to do things with words. Oxford, 1962.
28. Hall S. Encoding, decoding in the television discourse. Culture, Media, Language. London: Hutchinson, 1980.

References

1. Larionova, M.V. & Demkina, A.V. (2021). Hashtag as a Linguocognitive Unit of Spanish Political Discourse. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(3), 774–788. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2021-12-3-774-788> (In Russ.).
2. Budaev, E.V. (2016). Critical analysis of political discourse: main trends of contemporary foreign research. *Political linguistics*, 6(60), 12–17. (In Russ.).
3. Vershinin, M.S. (2001). *Political communication in information society*. Saint Petersburg: Mikhailov V.A. Publ. (In Russ.).
4. Klyuev, Yu.V. (2010). *Political discourse in mass communication: analysis of public political interaction*. St.Petersburg: SPBU Publ. (In Russ.).
5. Mikhaleva, O.L. (2009). *Political discourse: Specificity of manipulative influence*. Moscow: Library House. (In Russ.).
6. Chernyavskaya, V.E. (2014). *The discourse of power and the power of discourse: problems of speech influence*. Moscow: Flint-Media. (In Russ.).
7. Chudinov, A.P. (2006). *Political linguistics*. Moscow: Flinta, Nauka. (In Russ.).
8. Sheigal, E.I. (2004). *Semiotics of political discourse*. Moscow: Gnosis. (In Russ.).
9. Dijk, T.A. van. (2006). *Discourse and manipulation*. London: SAGE Publ.
10. Farrelly, M. (2015). *Discourse and Democracy. Critical Analysis of the Language of Government*. London: Routledge.
11. Hart, C. (2014). *Discourse, Grammar and Ideology. Functional and Cognitive Perspectives*. London: Bloomsbury Academic.
12. Chilton, P.A. (2004). *Analysing political discourse: theory and practice*. London: Routledge; Taylor & Francis.
13. Fairclough, I. & Fairclough, N. (2012). *Political Discourse Analysis. A Method for Advanced Students*. London: Routledge.
14. Pavlina S.Yu. (2021). Translation Perspective on Persuasive Strategy Implementation in American Pre-Electoral Discourse. *MCU Journal of Philology. Theory of Linguistics. Linguistic Education*, 2(42), 66–74. <https://doi.org/10.25688/2076-913X.2021.42.2.07> (In Russ.).
15. Larionova, M.V. (2024). Linguosemiotics of Electoral Discourse (A Study of the Election Campaigns in Spain, 2023). *Political Linguistics*, 3(105), 21–32. (In Russ.).
16. Chaney, P. (2013). Electoral discourse and formative structural narratives of welfare divergence in multi-level systems: homelessness policy in UK elections 1970–2011. *Journal of International and Comparative Social Policy*, 29(1), 28–47.
17. Benoit, W.L. (2003). Topic of presidential campaign discourse and election outcome. *Western Journal of Communication*, 67(1), 97–112.
18. Zasursky, I.I. (1999). *Mass media of the second republic*. Moscow: MSU Publ. (In Russ.).
19. Popova, O.V. (2017). Metaphor as a cognitive tool for creating visual imagery. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 7(256), 194–198. (In Russ.).
20. Chernyavskaya, V.E. (2017). *Speech influence in political, advertising and Internet discourse*. Moscow: Lenand. (In Russ.).

21. Chulkina, N.L. & Makashova, V.V. (2024). Visual Metaphors in Pedagogical Discourse. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 15(1), 211–231. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2024-15-1-211-231> (In Russ.).
22. Isakova, E.M. & Kryukova, N.F. (2021). Visual metaphor and ways of its identification. *Vestnik TvGU Series: Philology*, 4(71), 95–100. <https://doi.org/10.26456/vtfilol/2021.4.095> (In Russ.).
23. Bolshakova, L.S. (2008). Cognitive mechanism of creating visual metaphors in English musical video clips. *Modern Problems of Science and Education*, 2. (In Russ.).
24. Arutyunova, N.D. (1990). Metaphor and discourse. *Theory of metaphor*. Moscow. (In Russ.).
25. Slovikova, E.L. & Eltsova, M.N. (2012). Synergetic categories of discourse (advertising discourse data). *Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, 2(18), 67–83. (In Russ.).
26. Roa-Castellanos, R.A. (2018). La política de colores: ¿Partidos naranja? *Universidad del Rosario*. URL: <https://urosario.edu.co/revista-nova-et-vetera/columnistas/la-politica-de-colores-partidos-naranja> (accessed: 09.07.2024).
27. Austin, J.L. (1962). *How to do things with words*. Oxford.
28. Hall, S. (1980). *Encoding, decoding in the television discourse. Culture, Media, Language*. London: Hutchinson.

Сведения об авторах:

Ларионова Марина Владимировна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры испанского языка, Московский государственный институт международных отношений (университета) Министерства иностранных дел Российской Федерации — Университет МГИМО МИД России (119454, г. Москва, проспект Вернадского, д. 76); *сфера научных интересов*: испанский медийный и политический дискурс; *e-mail*: larionova.m@list.ru

ORCID: 0000-0001-6466-7363; Scopus Author ID: 57207834882; SPIN-код: 5303-1160; Author ID: 365254; Researcher ID: E-3214-2016.

Мосина Софья Константиновна, аспирант, преподаватель кафедры испанского языка, Московский государственный институт международных отношений (университета) Министерства иностранных дел Российской Федерации — Университет МГИМО МИД России (119454, г. Москва, проспект Вернадского, д. 76); *сфера научных интересов*: политический дискурс; *e-mail*: sophimosina@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-0569-9717; SPIN-код: 4201-8787; Author ID: 927655.

Information about the authors:

Marina V. Larionova, Dr. Sc. (Philology), Prof., Department of Spanish Language, Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation — MGIMO University (76, Vernadsky ave., Moscow, Russian Federation, 119454); *Research interests*: Spanish media and political discourse; *e-mail*: larionova.m@list.ru

ORCID: 0000-0001-6466-7363; Scopus Author ID: 57207834882; SPIN-code: 5303-1160; Author ID: 365254; Researcher ID: E-3214-2016.

Sofia K. Mosina, PhD Student, lecturer at the Department of Spanish Language, Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation — MGIMO University (76, Vernadsky ave., Moscow, Russian Federation, 119454); *Research interests*: political discourse; *e-mail*: sophimosina@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-0569-9717; SPIN-code: 4201-8787; Author ID: 927655.