Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». 2024. Т. 24, № 3. С. 81–89.
Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki, 2024, vol. 24, no. 3, pp. 81–89.

Научная статья
УДК 811.134.2:81'373
DOI: 10.37482/2687-1505-V350

Персуазивная роль этнонимов в испанском электоральном дискурсе

Ирина Владимировна Смирнова[1]✉
Елена Станиславовна Коржукова[2]
[1,2]Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, Москва, Россия,
[1]e-mail: irina-smirnova1402@yandex.ru✉, ORCID: https://orcid.org/0009-0001-1288-4638
[2]e-mail: baleares@yandex.ru, ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0402-5718

Аннотация. В статье рассматривается персуазивное воздействие этнонимов и этнических категорий на избирателей в испанском электоральном дискурсе. В современном мире механизмы политической коммуникации вызывают все возрастающий интерес, и его проявление объясняется влиянием политических процессов на все сферы жизни общества, на судьбы народов и целых государств, на интересы каждого гражданина. Именно поэтому политические проблемы всегда остаются актуальными. Особенно стоит отметить важную роль электорального дискурса, который имеет ярко выраженное персуазивное воздействие на избирателей. В своей борьбе за власть лидеры и представители испанских политических партий, естественно, стремятся завоевать доверие, оказать на потенциальных избирателей определенное эмоциональное воздействие, побудить к «правильному» электоральному решению – отдать свой голос за их партию. Следует подчеркнуть, что персуазивность имеет не только аргументативный, но и манипулятивный компонент, заставляющий адресата действовать в интересах отправителя сообщения. Одним из речевых персуазивных механизмов испанского электорального дискурса является использование этнонимов в предвыборных программах политических партий. Этнонимы несут в себе ценную информацию, как историческую и этнографическую, так и культурологическую и лингвистическую, и, соответственно, охватывают религиозную, культурную, историческую сферы, а также играют важную роль в межкультурной коммуникации. Этническая идентичность включает в себя стремление народов сохранить свою самобытность, уникальность своей культуры, языка и мировосприятия. Этнонимы позволяют народу как носителю языка идентифицировать собственные черты и стереотипы. Через язык раскрывается суть культурно-духовной и политической жизни. Изучение этнонимов и этнических категорий, а также их функций в политическом дискурсе является актуальной задачей современной лингвистики.
Ключевые слова: *этноним, политическая коммуникация, персуазивность, испанский электоральный дискурс, испанский избиратель, испанский народ, этническая идентичность*

Для цитирования: Смирнова, И. В. Персуазивная роль этнонимов в испанском электоральном дискурсе / И. В. Смирнова, Е. С. Коржукова // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2024. – Т. 24, № 3. – С. 81-89. – DOI 10.37482/2687-1505-V350.

Original article

Persuasive Role of Ethnonyms in Spanish Electoral Discourse

Irina V. Smirnova[1]✉
Elena S. Korzhukova[2]
[1,2]Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Moscow, Russia,
[1]e-mail: irina-smirnova1402@yandex.ru✉, ORCID: https://orcid.org/0009-0001-1288-4638
[2]e-mail: baleares@yandex.ru, ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0402-5718

Abstract. The article examines the persuasive impact of ethnonyms and ethnic categories on the voters in Spanish electoral discourse. In the modern world, the mechanisms of political communication are generating a growing interest. It is explained by the influence of political processes on all spheres of society, the fate of peoples and entire states, and the interests of every citizen. Therefore, political problems remain relevant at all times. The important role of electoral discourse, which has a pronounced persuasive effect on the voters, should be highlighted. When struggling for power, leaders and representatives of Spanish political parties, naturally, strive to establish trust, exert a certain emotional impact on potential voters and induce them to make the "correct" electoral decision, i.e. to vote for their party. It should be noted that persuasiveness has not only an argumentative, but also a manipulative component, forcing an addressee to act in the interests of the sender of the message. One of the persuasive speech mechanisms of Spanish electoral discourse is the use of ethnonyms in the election programmes of political parties. Ethnonyms contain valuable historical, ethnographic, cultural and linguistic information and, accordingly, cover the religious, cultural and historical spheres, as well as play an important role in intercultural communication. Ethnic identity includes the desire of peoples to preserve their identity, the uniqueness of their culture, language and worldview. Ethnonyms allow native speakers to identify their own traits and stereotypes. The essence of cultural, spiritual and political life is revealed through language. Thus, the study of ethnonyms and ethnic categories, as well as their functions in political discourse, is an urgent task of modern linguistics.
Keywords: *ethnonym, political communication, persuasiveness, Spanish electoral discourse, Spanish voter, Spanish people, ethnic identity*

For citation: Smirnova I.V., Korzhukova E.S. Persuasive Role of Ethnonyms in Spanish Electoral Discourse. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2024, vol. 24, no. 3, pp. 81–89. DOI: 10.37482/2687-1505-V350

Актуальность темы обусловлена возрастающим интересом во многих странах к политической коммуникации, т. к. политика составляет основу жизни общества во всех ее аспектах. Новизна данной статьи состоит в том, что впервые в отечественной испанистике осуществляется лингвопрагматический анализ употребления этнонимов в испанском электоральном дискурсе.

В ходе исследования был изучен ряд научных работ, посвященных анализу этнонимов в официальном дискурсе [1], а также их использованию в репрезентации адресата предвыборного дискурса [2].

Этнос – это такая социальная общность людей, которая сложилась в ходе естественного исторического процесса, имевшего место в те-

чение очень продолжительного непосредственного взаимодействия людей. Данный процесс характеризуется значительной устойчивостью и определенным внутренним единством (общностью языка, культуры и психологического склада) [1, с. 18].

Историческая память играет важную роль в этническом сознании. В историческую память входит информация о совместном преодолении предками тяжелых испытаний в прошлом. Это одна из тех посылок, на которых зиждется осознание членами этноса своей общности [1, с. 27].

Многими лингвистами этноним трактуется в широком смысле – как лексическая единица, в которой репрезентируется признак этнической, политической, конфессиональной или территориальной идентичности.

Мы согласны с мнением М.С. Тейкина о том, что этноним может указывать на принадлежность человека или группы людей к национальности; другое назначение этнонима – обозначать целую общность, т. е. этноним выступает как имя этнической общности [3, с. 131].

Материалом для данной статьи послужили программные документы испанских политических партий – Народной партии Испании (НП – PP), Испанской социалистической рабочей партии (ИСРП – PSOE), левой политической партии Испании «Podemos» («Подемос»), ультраправой национально-консервативной политической партии Испании «Vox» («Голос»), которая была основана 17 декабря 2013 года бывшими членами Народной партии. Целью исследования стал лингвопрагматический анализ употребления этнонимов и этнических категорий в предвыборной риторике испанских политических сил для дискурсивного воздействия на потенциальных избирателей.

Тексты политической направленности характеризуются ориентацией на формирование оценочных суждений, стремлением воздействовать на адресата с помощью системы концептуальных, образных и эмоциональных характеристик. Правильная интерпретация слов отправителя сообщения обеспечивает успешность коммуникации, а в политическом дискурсе гарантирует эффективность воздействия акторов на массовую аудиторию [4, с. 135].

По мнению многих ученых, этнонимы обладают так называемой эмотивной компетенцией, которая подразумевает знание общих культурных кодов эмоционального общения, маркеров эмоционально-этнической идентификации речевых партнеров и правил эмоционального общения с ними, а также знание и владение средствами номинации, экспрессии и дискриминации своих и чужих эмоций в обоих лингвокультурных кодах [5, с. 58]. Этнокультурная информация позволяет выяснить особенности этнического сознания представителей различных лингвокультур [6, с. 17].

Современный политический дискурс невозможно представить без этнических категорий, они составляют его неотъемлемую часть. На данной стадии цивилизационного развития политика оказывается той сферой, в которой формируются ценностные установки и стереотипы.

В этом ракурсе категориями, близкими к этнонимам, являются единицы, обозначающие этнические общности, например *нация*, *страна*, *народ*, *этнос* и др. Они тоже выступают средством этнической мобилизации, поскольку позволяют апеллировать к идее этнической или государственной общности [2, с. 237].

Соответственно, трактовка нации как высшего типа этноса привела к тому, что в испанском политическом дискурсе такие категории, как *нация*, *страна*, *народ*, *испанское общество*, *испанские граждане*, *испанцы*, становятся синонимичными [7, p. 205].

В культурной памяти этноса в качестве наиболее значимой характеристики его идентичности бережно сохраняется информация о происхождении его имени [8, с. 305]. Имя этноса играет огромную роль в процессах его самоорганизации и самоопределения; этнонимы также важны и при установлении и развитии контактов с другими народами. Этнонимы – способ оповещения о своей этнической группе, поэтому в представлениях народа о себе они несут особую семантическую нагрузку [9, с. 119].

Что значит быть испанцами в понимании самих испанцев? Это значит не только проживать на территории Испании, но и быть свободными, справедливыми, благородными, преданными своему Отечеству, обладать национальным самосознанием, быть потомками первооткрывателей, наследниками славы Х. Колумба. Само использование этнонима *españoles* (*испанцы*) несет в себе огромное воздействие на потенциальных избирателей в испанском электоральном дискурсе, например:

Reforzaremos el sistema para facilitar la participación de ***los españoles*** *en el exterior en los diferentes procesos electorales*[1]. *– Мы сделаем более доступной систему участия* ***испанцев*** *в различных избирательных процессах за границей*;

Ante esta difícil situación ***los españoles*** *saben que pueden confiar en el PP*[2]. *– В условиях этой сложной ситуации* ***испанцы*** *знают, что могут доверять Народной партии*;

Los españoles *demandan regresar al consenso, la concordia y el diálogo*[3]. *–* ***Испанцы*** *требуют вернуться к консенсусу, согласию и диалогу*;

Los españoles *hemos sido convocados a las urnas*[4]. *– Мы,* ***испанцы****, были призваны к избирательным урнам.*

Одной из распространенных лексем в предвыборных программах испанских политических партий является номинация *ciudadanos/ciudadanía* (*граждане*), репрезентирующая электорат как совокупность лиц, принадлежащих к постоянному населению государства и пользующихся его защитой:

La ciudadanía *nos identifica mayoritariamente con los logros de la educación y la sanidad públicas...*[5] *–* ***Граждане*** *в основном ассоциируют нас с достижениями в сфере образования и здравоохранения…*;

...Es preciso introducir las posibilidades que permiten el avance del conocimiento científico y la innovación tecnológica, de manera que beneficien a todos ***los ciudadanos***[6]. *– ...Необходимо создать возможности, которые позволят ускорить развитие научных знаний и технологических инноваций, и поставить их на службу* ***граждан***;

Se han tomado medidas para reabrir el Consulado General en Manchester para mejorar la atención a ***los ciudadanos españoles*** *en el Reino Unido*[7]. *– Были приняты меры для возобновления работы Генерального Консульства в Манчестере, чтобы уделять больше внимания* ***испанским гражданам****, проживающим в Соединенном Королевстве*;

Hoy en día, y con importante agravamiento como consecuencia de la última crisis, en España no se respetan muchos de los derechos de ***la ciudadanía*** *que consagra la Constitución española*[8]. *– В настоящее время, в условиях тяжелых последствий произошедшего кризиса, в Испании нарушаются многие права* ***граждан****, которые гарантирует испанская Конституция.*

Современная глобализация не может поглотить национальные образы, национально-историческую систему понятий – они слишком глубоко входят в архетип, ментальность народов [10, с. 64].

---

[1]Programa del PP para las Elecciones Generales 2023. P. 26.

[2]Ibid. P. 16.

[3]PSOE Programa electoral Elecciones Generales 2023. P. 51.

[4]Ibid. P. 18.

[5]Ibid. P. 23.

[6]Ibid. P. 64.

[7]Ibid. P. 78.

[8]Programa de PODEMOS para un nuevo pais 2023. P. 25.

В риторике испанских политических партий используется номинация *pueblo* (*народ*) как исторически сложившаяся общность людей, составляющих население государства и имеющих общие исторические и свойственные только им культурные традиции. Так, например, в тексте предвыборной программы НП читаем:

Reforzaremos el Plan Nacional de Tauromaquia para que extienda el conocimiento y difusión del arte taurino y potencie el conjunto de actividades alrededor de esta importante tradición de ***nuestro pueblo***[9]. *– Мы разработаем Национальный план по защите Тавромахии, чтобы сохранить и распространить искусство боя быков и проводить мероприятия, связанные с этой важнейшей традицией* ***нашего народа***.

Феномен корриды отражает глубокий символический смысл и культурные ценности страны. Данный пример подтверждает все сказанное выше об общности и уникальности народных традиций, а также указывает на то, что представители партии обещают сохранить их, если придут к власти.

Номинации *люди* (*gente*, *personas*), *женщины и мужчины* (*mujeres y hombres*) позволяют представить потенциального адресата как обобщенную группу лиц:

Aprobaremos el nuevo Plan Estatégico de Igualdad de Oportunidades. Este Plan fijará objetivos en materia de igualdad de oportunidades entre ***mujeres y hombres*** *para los próximos cuatro años*[10]. *– Мы примем новый Стратегический план равных возможностей. Этот План наметит цели в сфере предоставления равных возможностей* ***женщинам и мужчинам*** *в ближайшие четыре года*;

...Facilitaremos más oportunidades para todas ***las personas***[11]. *– ...Мы предоставим бóльшие возможности для всех* ***людей***;

El camino hacia una España más justa que se dibuja en este programa sólo es viable si ponemos las instituciones a la altura de su ***gente***[12]. *– Намеченный в нашей программе путь к более справедливой Испании только тогда будет нами успешно пройден, когда мы поставим государственные учреждения на службу* ***людям***.

С помощью наименования *общество* (*sociedad*) адресат характеризуется как совокупность людей, которых объединяют исторически обусловленные социальные формы совместной жизни и деятельности [11, p. 136]:

...Es preciso un diálogo permanente con ***la sociedad*** *para conocer su percepción sobre la satisfacción de sus necesidades*[13]. *– ...Необходимо вести постоянный диалог с* ***обществом****, чтобы знать, как удовлетворить его потребности*;

*Nuestra s****ociedad*** *es consciente de que… tiene el talento y las oportunidades para hacer estos propósitos posibles*[14]. *– Наше* ***общество*** *осознает, что… у него есть талант и возможности, чтобы эти намерения претворить в жизнь*.

Номинация *страна* (*país*) репрезентирует электорат как исторически сложившуюся общность людей, проживающих на одной территории, имеющих литературный язык и развитые экономические и политические связи. Данная лексема позволяет представить избирателей как этническое единство и подчеркивает их тесную связь [12, p. 102]:

Nuestro país *debe participar decisivamente en todos los ámbitos internacionales…*[15] *–* ***Наша страна*** *должна принимать активное участие на всех уровнях в международной сфере...*;

*...****El nuestro*** *es* ***un país*** *plurinacional en el que la inmensa mayoría de sus pueblos conviven*

---

[9]Programa del PP para las Elecciones Generales 2023. P. 47.

[10]Ibid. P. 79.

[11]PSOE Programa electoral Elecciones Generales 2023. P. 112.

[12]Programa de PODEMOS para un nuevo pais 2023. P. 116.

[13]PSOE Programa electoral Elecciones Generales 2023. P. 94.

[14]Programa de PODEMOS para un nuevo pais 2023. P. 72.

[15]PSOE Programa electoral Elecciones Generales 2023. P. 129.

fraternalmente[16]. – *...**Наша страна** – многонациональная, в которой подавляющее большинство народов проживает в братском союзе*;

*...El camino que va a seguir España se bifurca en dos caminos muy distintos y serás tú, con tu voto, quien decidirá que dirección tomamos como **país***[17]. – *...Путь, который выбирает Испания, имеет два разных направления, и именно ты, голосуя, решаешь, по какому из них пойдет наша **страна***.

Все эти лексемы позволяют представить собирательный образ электората и затронуть интересы большинства потенциальных избирателей.

Стремление повлиять на электоральный выбор граждан и привлечь на свою сторону как можно большее число избирателей обусловливает использование в предвыборных текстах названий групп лиц, идентифицирующих адресата по возрастным характеристикам (*дети*, *молодежь*). Несмотря на многочисленность старшего поколения избирателей, именно молодым предстоит развивать страну в будущем. Таким образом адресату внушается, что риторика партии нацелена на будущее:

*Pondremos en marcha una nueva Estrategia Nacional... con especial atención a los **jóvenes españoles***...[18] – *Мы введем в действие новую национальную Стратегию... в которой особое внимание уделим **испанской молодежи***;

*Ofreceremos acceso prioritario a la tierra para **la juventud***...[19] – *Мы предоставим **молодежи** преимущественный доступ к владению землей*.

Лексема *Испания* (*España*) в испанском политическом электоральном дискурсе является широко востребованной и используется в значении *испанские граждане*, *испанцы*, *испанское общество*, т. е. как слово, объединяющее всех под одним этнонимом.

В текстах предвыборных программ испанских политических партий реализуется тактика положительной самопрезентации в рамках лингвопрагматической стратегии персуазивности. Так, многократное употребление в текстах предвыборных программ этнонима с лексическими единицами с ярко выраженной положительной коннотацией является мощным механизмом воздействия на избирателей: *la España **democrática, optimista y positiva – демократическая, оптимистичная и позитивная** Испания* (ИСРП); *una España **estable – стабильная** Испания* (НП); *una España **más justa – более справедливая** Испания*; *España, **impulsora de la democracia internacional** – Испания как **двигатель международной демократии*** («Подемос»).

Феномен партии «Vox» любопытен тем, что в Испании впервые за 45 лет появился мощный актор, который ранее занимал маргинальную нишу, а ныне выступает под флагом испанского национализма. «Vox» стала первой партией Испании за последние десятилетия, которая открыто провозглашает защиту испанской национальной идентичности, сохранение территориальной целостности Испании, а также защиту и развитие испанского языка:

*Vox es un movimiento patriótico, netamente español y al servicio de **España***[20]. – *Vox – это патриотическое, испанское национальное движение, которое служит интересам **Испании***.

В риторике ИСРП и НП этноним *europeo* (*европейский*) часто встречается с этнонимом *español* (*испанский*), причем очевидно стремление продуцента объединить эти два референта. Испания – сторонница объединенной Европы. Основная тема испанского политического дискурса – принадлежность к Евросоюзу и сотрудничество с ним, и потому этнонимы *europeo*, *Europa* являются такими же распространенны-

[16]Programa de PODEMOS para un nuevo pais 2023. P. 102.

[17]Ibid. P. 105.

[18]Programa del PP para las Elecciones Generales 2023. P. 89.

[19]Programa de PODEMOS para un nuevo pais 2023. P. 109.

[20]VOX Eleccines Generales 2023. P. 12.

ми, как и *español*, *España*. Данным способом эксплицируется идея о важной роли Испании в процессе объединения Европы с одной стороны и о необходимости этого объединения для испанцев с другой:

Con gobiernos socialistas, el PSOE siempre ha logrado posicionar a ***España*** *en el centro de la escena global. Lo hicieron los gobiernos de Felipe González, haciendo posible el ingreso de* ***España*** *en* ***la Unión Europea****, lo hicieron los gobiernos de José Luis Rodríguez Zapatero, garantizando la presencia permanente de* ***España*** *en el G20*[21]*. – ИСРП, находясь у власти, всегда добивалась того, чтобы* ***Испания*** *была в центре международных процессов. Это удалось сделать правительству Фелипе Гонсалеса, при котором Испания вступила в* ***Европейский союз****, правительству Хосе Луиса Родригеса Сапатеро, при котором* ***Испания*** *стала постоянным членом G-20*;

Los y las socialistas tenemos la ambición de que ***España*** *sea activa, relevante e influyente en la* ***Unión Europea*** *y en el mundo, y de que eso redunde en beneficio de toda la ciudadanía*[22]*. – Мы, испанские социалисты, стремимся к тому, чтобы* ***Испания*** *играла активную, важную и влиятельную роль в* ***Евросоюзе*** *и в мире и чтобы это положительно отражалось на уровне жизни всех ее граждан*;

Reforzaremos el papel de ***España*** *y defenderemos los intereses de nuestro país ante los desafíos que la* ***Unión Europea*** *deberá afrontar en los próximos años*[23]*. – Мы усилим роль* ***Испании*** *и защитим интересы нашей страны в контексте вызовов, с которыми предстоит столкнуться всему* ***Евросоюзу*** *в ближайшие годы*.

Как видим, для представителей ИСРП и НП этноним *europeo* (*европейский*) сближается по смыслу с автоэтнонимом.

Одной из важных составляющих дискурса «Vox» является защита суверенитета Испании от внешнего вмешательства. Осуждаются попытки других стран (например, Франции и Германии) влиять на политику Испании. В риторике «Vox» в отличие от ИСРП и НП критике подвергается сама модель Евросоюза, ограничивающая суверенитет государств-членов:

Nos gusta ***la Europa*** *que respeta nuestra forma de ser*[24]*. – Нам нравится такая* ***Европа****, которая уважает нашу форму бытия*.

Использование этнонима *Europa* в данном контексте играет важную роль в предвыборной борьбе, т. к. многие граждане Испании разделяют эту позицию партии.

Миграционные потоки в риторике «Vox» характеризуются как «лавина», несущая в себе большую опасность: рост преступности и экономические риски для местных жителей. Представители этой партии используют такую метафорическую политическую модель: Испания – наш дом, который защитит испанцев от нелегальной миграции, от незваных гостей:

Los españoles deciden quién entra en nuestra ***casa***[25]*. – Решают испанцы, кого впускать в свой* ***дом***.

В приведенном примере *nuestra casa* (*наш дом*) – это метафоризация лексемы *Испания*.

Итак, этнонимы несут в себе определенную ценную историческую, этнографическую, культурологическую и лингвистическую информацию.

Этнонимы существуют не сами по себе, а входят в смысловые темы дискурсов. Так, в испанском электоральном дискурсе они не только являются основным средством национальной и территориальной идентификации и самоидентификации, но и содержат дополнительные эмо-

[21]PSOE Programa electoral Elecciones Generales 2023. P. 190.

[22]Ibid. P. 204.

[23]Programa del PP para las Elecciones Generales 2023. P. 121.

[24]VOX Elecciones Generales 2023. P. 83.

[25]Ibid. P. 95.

тивные компоненты значения. Кроме того, имеют еще и манипулятивное воздействие на потенциальных избирателей, поскольку провоцируют у адресата чувство солидарности и готовность принять «правильное» электоральное решение.

Если адресант и адресат сообщения принадлежат к одному лингвокультурному сообществу, они разделяют не только общие знания и представления, но и общие национальные и культурные ценности. Адресант опирается на те ценности, которые реципиент наверняка воспримет как наиболее значимые, что имеет огромное значение для политических партий и движений в борьбе за власть.

Итак, нами впервые на материале испанского языка показано, что этнонимы и этнические категории активно используются в испанском электоральном дискурсе, т. к. являются мощным средством этнической мобилизации и апеллируют к идее этнической и государственной общности.

Список литературы

1. *Лучинина Е.Н.* Лингвокультурологический анализ этнонимов в официальном дискурсе: дис. … канд. филол. наук. Тверь, 2005. 143 с.
2. *Яппарова В.Н.* О некоторых способах репрезентации адресата предвыборного дискурса // Филология и культура. 2014. № 4(38). С. 235–239.
3. *Тейкин М.С.* Ономастический статус этнонимов и вопрос их передачи с прописной буквы // Теорет. и приклад. лингвистика. 2023. Вып. 9, № 1. С. 126–142. https://doi.org/10.22250/24107190_2023_9_1_126
4. *Голубева В.К.* О функциональном соотношении адъективных и субстантивных средств при выражении семантики принадлежности // Русский язык: система и функционирование. К 100-летию Белорусского государственного университета: материалы IX Междунар. конф. Минск: Белорус. гос. ун-т, 2021. С. 130–137.
5. *Шаховский В.И.* Эмоциональная/эмотивная компетенция в межкультурной коммуникации (есть ли неэмоциональные концепты?) // Коммуникативные исследования 2003: Современная антология / под ред. проф. О.А. Леонтович. Волгоград: Перемена, 2003. С. 55–64.
6. *Тейкин М.С.* Статус этнонима в ономастике // Гуманитарные науки в Якутии: Исследования молодых ученых. Якутск, 2020. Вып. 4. С. 15–19.
7. *Escandell Vidal M.V.* Introducción a la pragmática. Barcelona: Ariel, 2008. 250 p.
8. *Лотман Ю.М.* Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М.: Яз. рус. культуры, 1996. 464 с.
9. *Бромлей Ю.В*. Очерки теории этноса. М.: Наука, 1983. 412 с.
10. *Астахова Е.В.* Испания как метафора: моногр. М.: МГИМО-Ун-т, 2017. 275 с.
11. *Fernández Lagunilla M.* La lengua en la comunicación política. Madrid: Arco/Libros, 1999. 192 p.
12. *Gutiérrez Ordóñez S*. Pragmática y argumentación. Cáceres, 1996. 119 p.

References

1. Luchinina E.N. *Lingvokul'turologicheskiy analiz etnonimov v ofitsial'nom diskurse* [Linguocultural Analysis of Ethnonyms in Official Discourse: Diss.]. Tver, 2005. 143 p.
2. Yapparova V.N. O nekotorykh sposobakh reprezentatsii adresata predvybornogo diskursa [Ways of Representing the Addressee of Pre-Election Discourse]. *Filologiya i kul'tura*, 2014, no. 4, pp. 235–239.
3. Teikin M.S. Onomasticheskiy status etnonimov i vopros ikh peredachi s propisnoy bukvy [The Propriality of Ethnonyms and the Problem of Their Capitalisation]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika*, 2023, iss. 9, no. 1, pp. 126–142. https://doi.org/10.22250/24107190_2023_9_1_126
4. Golubeva V.K. O funktsional'nom sootnoshenii ad"ektivnykh i substantivnykh sredstv pri vyrazhenii semantiki prinadlezhnosti [On the Functional Ratio of Adjectival and Nominal Means When Expressing the Semantics of

Belonging]. *Russkiy yazyk: sistema i funktsionirovanie. K 100-letiyu Belorusskogo gosudarstvennogo universiteta* [The Russian Language: System and Functioning. To the Centenary of the Belarusian State University]. Minsk, 2021, pp. 130–137.

5. Shakhovskiy V.I. Emotsional'naya/emotivnaya kompetentsiya v mezhkul'turnoy kommunikatsii (est' li neemotsional'nye kontsepty?) [Emotional/Emotive Competence in Intercultural Communication (Are There Non-Emotional Concepts?)]. Leontovich O.A. (ed.). *Kommunikativnye issledovaniya 2003: Sovremennaya antologiya* [Communicative Research 2003: A Modern Anthology]. Volgograd, 2003, pp. 55–64.

6. Teykin M.S. Status etnonima v onomastike [The Status of Ethnonyms in Onomastics]. *Gumanitarnye nauki v Yakutii: Issledovaniya molodykh uchenykh* [The Humanities in Yakutia: Young Scholars' Research]. Yakutsk, 2020. Iss. 4, pp. 15–19.

7. Escandell Vidal M.V. *Introducción a la pragmática*. Barcelona, 2008. 250 p.

8. Lotman Yu.M. *Vnutri myslyashchikh mirov. Chelovek – tekst – semiosfera – istoriya* [Within the Thinking Worlds. Human – Text – Semiosphere – History]. Moscow, 1996. 464 p.

9. Bromley Yu.V. *Ocherki teorii etnosa* [Essays on the Theory of Ethnicity]. Moscow, 1983. 412 p.

10. Astakhova E.V. *Ispaniya kak metafora* [Spain as a Metaphor]. Moscow, 2017. 275 p.

11. Fernández Lagunilla M. *La lengua en la comunicación política*. Madrid, 1999. 192 p.

12. Gutiérrez Ordóñez S. *Pragmática y argumentación*. Cáceres, 1996, 119 p.

Информация об авторах

И.В. Смирнова *– кандидат филологических наук, доцент кафедры испанского языка Московского государственного института международных отношений (университета) Министерства иностранных дел Российской Федерации (адрес: 119454, Москва, просп. Вернадского, д. 76).*

Е.С. Коржукова *– кандидат филологических наук, доцент кафедры испанского языка Московского государственного института международных отношений (университета) Министерства иностранных дел Российской Федерации (адрес: 119454, Москва, просп. Вернадского, д. 76).*

Information about the authors

Irina V. Smirnova*, Cand. Sci. (Philol.), Assoc. Prof. at the Spanish Language Department, Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation (address: prosp. Vernadskogo 76, Moscow, 119454, Russia).*

Elena S. Korzhukova*, Cand. Sci. (Philol.), Assoc. Prof. at the Spanish Language Department, Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation (address: prosp. Vernadskogo 76, Moscow, 119454, Russia).*

Поступила в редакцию 27.11.2023
Одобрена после рецензирования 26.03.2024
Принята к публикации 29.03.2024

Submitted 27 November 2023
Approved after reviewing 26 March 2024
Accepted for publication 29 March 2024