

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Факультет й української філології та журналістики  
Кафедра німецької та романської філології

**ІСПАНОМОВНИЙ ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ТЕКСТ ЯК ДЖЕРЕЛО  
ЛІНГВОКУЛЬТУРНОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

**Кваліфікаційна робота (проєкт)**

на здобуття ступеня вищої освіти “магістр”

Виконав: студентка ІІ курсу 281М групи  
Спеціальності 035.051 Філологія  
(романські мови та літератури (переклад  
включно), перша – іспанська)  
Освітньо-професійної програми  
«Філологія (германські мови та  
літератури (переклад включно), перша –  
іспанська)»  
Усова Яна Олегівна

Керівник кандидатка філологічних наук,  
доцентка Ткаченко Л.Л.

Рецензент кандидатка філологічних наук,  
доцентка Просяннікова Я.М.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПУБЛІЦИСТОЧНОГО ТЕКСТУ .....</b>	<b>6</b>
<b>1.1. Функціональні особливості публіцистичних текстів.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2. Розвиток іспанської публіцистики.....</b>	<b>10</b>
<b>РОЗДІЛ 2. ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ІСПАНСЬКОГО ГАЗЕТНО-ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1. Лексична хатакретиска текстів іспаномовних газет.....</b>	<b>18</b>
<b>2.2. Граматичні засоби створення іспаномовного публіцистичного     тексту .....</b>	<b>23</b>
<b>РОЗДІЛ 3. ГАЗЕТНИЙ ТЕКСТ ЯК ВИРАЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ .....</b>	<b>31</b>
<b>3.1. Прецедентні феномени в іспаномовному газетному тексті як засіб     відображення національно-культурної специфіки .....</b>	<b>31</b>
<b>3.2 Використання фразеолгізмів як складових елементів мовної     картині світу.....</b>	<b>38</b>
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>46</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>48</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>55</b>

## ВСТУП

Газета є одним із потужних каналів інформування широкої аудиторії, тобто вона активну участь у формуванні мовної культури народу. Як відомо, однією з основних властивостей газетного тексту є інформативність. Однак публіцистика має важливе значення не тільки для джерела отримання інформації, але і для дослідження живих мовних процесів, оскільки публіцистичний стиль часто служить тією сферою мови, в якій відбувається формування нових смислів та мовних засобів для позначення нових явищ в сучасному суспільстві.

Незважаючи на те, що одиниці мови, які містять національно-культурну інформацію, складають багатий пласт лексики, відображають побутову культуру носіїв окремої лінгвокультурної спільності, тісно пов'язаної з традиціями, звичками, несуть національно-специфічне забарвлення, до сих пір не існує достатньої кількості досліджень, присвячених їх функціонуванню в іспаномовних публіцистичних текстах.

На підставі сказаного можна зробити висновок, що **актуальність** даного дослідження визначається все більше зростаючою необхідністю досліджень в області міжкультурної комунікації, яка передбачає розгляд функціонування мовних одиниць, маркованих національно-культурною специфікою.

Теоретичною базою дослідження слугували праці: С. Фернадеса, Н. Каррікабуро, Г. Герерро, Л. Торрего, С. Сілви-Корнаваль, І. Рамонета, Л. Ідальго, С. Уртадо, Х. Абеян.

**Мета** дослідження – проаналізувати особливості вживання й функціонування джерел національно-культурної інформації у сучасному іспаномовному публіцистичному тексті, продемонструвати їх семантичний і стилістичний потенціал.

Виходячи із зазначеної мети, в роботі ставляться такі теоретичні і практичні **завдання**:

1. Проаналізувати основних характеристик публіцистичного тексту;
2. Дослідити процесу розвитку іспанської публіцистики;
3. Схарактеризувати лексико-граматичні особливості іспаномовного публіцистичного тексту;
4. Виокремити основних одиниць мови, що містять національно-культурну інформацію.

**Об'єкт** дослідження – мова сучасної преси Іспанії.

**Предметом** дослідження – комплексне вивчення лексико-граматичних і національно-культурних особливостей іспаномовного публіцистичного тексту.

**Емпіричну базу** дослідження склали матеріали, в першу чергу газетні тексти «офіційної» (в іншій термінології – «якісної») преси, а саме: «El País», «El Mundo», «ABC», «Marca», «La Razón», «НОУ». Загальна кількість джерел складає приблизно 100 примірників.

**Методологічну основу** дослідження склали такі методи:

- ✓ метод металінгвістичного аналізу наявних теоретичних положень з тематики магістерської роботи;
- ✓ метод спостереження, який в нашій роботі представлений процедурою порівняльного аналізу прикладів функціонування в газеті одиниць мови, що володіють національно-культурною специфікою;
- ✓ метод лінгвістичного опису, представлений в роботі семантичним аналізом, який спирається на словникові тлумачення значень лексичних одиниць та фразеологізмів;
- ✓ порівняльний метод, заснований на порівнянні даних, виявлених як у різних газетних матеріалах, так і в різних лексикографічних джерелах.

**Наукова новизна** кваліфікаційної роботи полягає у спробі дослідити функціонування в іспаномовній газеті мовних одиниць, що містять національно-культурний компонент.

**Теоретичне значення** роботи полягає в комплексному поєднанні теоретичних даних та наукових методів різних галузей гуманітарного знання,

спрямованих на розширення й доповнення теоретичної бази для подальших досліджень особливостей функціонування МО як дрежа лінгво-національної інформації. Результати є певним внеском в дискурсулогію, в теорію міжкультурної комунікації, фразеологію .

**Практичне значення** дослідження зумовлено можливістю використання матеріалів у подальшій розробці теоретичних курсів та спецкурсів зі стилістики та граматики, теорії перекладу в процесі викладання практичного курсу іспанської мови, при укладанні навчальних посібників і методичних рекомендацій.

**Апробацію** кваліфікаційної роботи здійснено за результатами конференції Рівненського державного гуманітарного університету, опубліковано статтю у студентському науковому віснику «Актуальні проблеми сучасної філології» (2021 рік).

## РОЗДІЛ 1

### ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПУБЛІЦИСТОЧНОГО ТЕКСТУ

#### 1.1. Функціональні особливості публіцистичних текстів

На сьогодні публіцистика є проміжною ланкою між художнім, діловим і науковим спілкуванням, тому публіцистичний текст використовується в різних сферах суспільного життя: в газетах, журналах та їх інтернет версіях, у виступах політичних діячів. Публіцистичний текст – це текст головною метою якого є інформування населення. За словами Миколи Зубкова: «періодичний текст завжди буде відображенням успіхів сьогодення» [5, с. 164]. Тематичний спектр публіцистичного стилю дуже різноманітними, він включає статті політичного, економічного, спортивного, культурного, освітнього національного або міжнародного спрямування. Але йдеться не тільки про те, щоб змусити людей читати новини, а про те, щоб максимально об'єктивно повідомляти факти. Однак, на думку Інни Плотницької, вибір явища, яке буде описуватися визначається не тільки тим, коли вона сталася, а й різними факторами:

1. Близькість. Події, що відбуваються в місті, можуть не мати значення на національному чи міжнародному рівні, але тим не менше є предметом публіцистичного тексту в місцевому засобі масової інформації, оскільки мешканці міста у першу чергу цікавлять саме це;

2. Політичні, соціальні чи економічні фактори. Події стануть джерелом журналістського інтересу, якщо вони будь-яким чином змінять політичну, економічну чи соціальну панораму. З цієї причини, наприклад, не всі заходи уряду викликають однакову кількість журналістських статей;

3. Популярність дійових осіб. Незначні або приватні події можуть бути цікавими для новин, якщо вони відбуваються з відомою раніше людиною;

4. Конфлікт і незвичайне. Звичайний хід подій менш цікавий для новин, ніж конфлікти.

5. Кооперація. Зазвичай очевидно, що одержувачі публіцистичних текстів є колективними, тобто ці тексти не адресовані одній особі. Автор статті також має колективний характер, оскільки окрім журналіста, який написав текст, у публікації бере участь багато інших людей [14, с. 271].

Серед основних характеристик публіцистичного тексту ми можемо відзначити:

- Нейтральності та об'єктивності, зазвичай автор статті навмисно не дає жодних оцінок подіям, що відбуваються. А у деяких випадках він прагне залучити читачів до формулювання власної точки зору;
- Інформація подається за структурою перевернутої піраміди, тобто найзначніша розміщується у верхній частині, а найменш важлива внизу;
- Повідомлення повинно бути чітким і без загадок, з конкретним аргументом;
- Публіцистичний текст прагне задовольнити як інтелектуальні, інформаційні так і розважальні потреби [2, с. 94].

З етимологічної точки зору цей стиль оперативно фіксує виникнення нових слів і виразів, запозичень та специфічних скорочень, прийнятих в національному мовному варіанті, рясніє інтернаціоналізмами. До лексичних особливостей публіцистичних текстів також відносяться і поєднання стилістично нейтральної та емоційної лексики. У публіцистичному стилі зустрічається лексика з професійних термінів.

Стосовно основних жанрів публіцистичних текстів Микола Гладкий виділяє наспутні три:

1. Інформативні жанри: знайомлять читача з актуальними проблемами суспільного життя, не висловлюючи авторської думки. До них відносяться новини, інформаційні звіти та інтерв'ю;

2. Жанри думок: висвітлюють думки щодо цікавих тем, які можуть бути чи не бути актуальними. У цьому жанрі використовується аргументація. Прикладами можуть слугувати авторські колонки в журналах та газетах;

3. Змішані жанри: поєднують в собі два вищезазначених жанри. До них належать хроніки, деякими види інтерв'ю, особисті репортажі журналістів [3, с. 65].

У сучасному мовознавстві виокремлюють такі різновиди публіцистичних текстів:

- Новини.

Це публіцистичний текст, в якому громадськість інформується про цікаві поточні події. Його довжина може бути різною, від короткого одного абзацу до кількох сторінок. Структура новин складається з: заголовку (висвітлює основні події, про які повідомляється), вступу (перший абзац новини, де пропонується основна інформація Цей параграф зазвичай відповідає на найбільшу кількість основних питань: Що? Хто? Коли? Як? Де? Чому?) Основної частина (надання інформації в абзацах, кожен з ідеєю, упорядкованою від найвищої до найнижчої важливості (форма перевернутої піраміди)) [15, с. 134].

- Репортаж.

Це публіцистичний текст, який широко розкриває тему, що цікавить читачів. Це більш глибокий і об'ємний за змістом, з більшою різноманітністю висловлювань та даних, він не обов'язково повинен бути



актуальним, в першу чергу він повинен бути цікавим для читача. Виділяють два види репортажів:

- ✓ Інформаційний звіт: містить об'єктивну інформацію без оцінок журналіста;
  - ✓ Інтерпретаційний звіт: включає суб'єктивні оцінки інформації [7, с. 67].
- Інтерв'ю.

Це журналістський текст, в якому журналіст ставить запитання до опитуваного, щоб громадськість знала більше про аспекти його життя, його ідеї та думки. У структурі інтерв'ю виділяють наступні елементи: заголовок (зазвичай з'являється ім'я співрозмовника та головна фраза або висловлювання, укладена в лапки з найвизначнішим, що сказав головний герой), презентація (початковий абзац, де вміщується основна інформація людини, яку опитали і причина інтерв'ю), діалог (бесіда між журналістом та інтерв'юйованим у формі запитання та відповіді, запитання типографічно виділяються від відповідей. Іноді інтерв'ю може буди складене в непрямому стилі, тобто розповіді через журналіста). В загалі існують наступні типи інтерв'ю:

- ✓ Об'єктивне інтерв'ю: воно зосереджується на об'єктивних питаннях щодо поточної теми з роллю інтерв'юйованого чи суто професійними аспектами;
  - ✓ Профільне інтерв'ю: задаються питання про особисті аспекти, різні думки та / або почуття співрозмовника [6, с. 4].
- Хроніка.

Це публіцистичний текст, в якому розповідь про поточні події поєднується з думкою та оцінкою її автора. Редактор може надати тексту власний стиль. До основних характерних рис хроніки можна віднести:

- ✓ Події розповідаються в хронологічному порядку.
- ✓ Використання прямої мови, для передачі думок третіх лиць;

- ✓ Притаманна проста лексика, переважання якісних прикметників, інколи трапляються жаргонні вирази [7, с. 148].
- Стаття думки.

Це публіцистичний текст, метою якого є передати думку особи, яка є його автором. Такий різновид тексту прагне переконати читача щодо чиєїсь певної позиції, тому перед нами постає аргументований текст. Серед статей думки можемо виділити наступні:

- ✓ Колонка: коротка стаття за підписом конкретного автора;
- ✓ Редакційна стаття: стаття без підпису, що виражає ідеологічну лінію газети чи журналу, де вона публікується;
- ✓ Трибуна: дещо ширша стаття, де її автор висловлює свою точку зору щодо поточного питання;
- ✓ Лист до редактора: невеликі за змістом повідомлення де читачі газети висловлюють свою думку стосовно певних тем [15, с. 157].

Отже, до головних особливостей публіцистичних текстів ми можемо віднести зв'язок з актуальністю, що також знаходить відображення на лексичному рівні – велика кількість неологізмів та інтернаціоналізмів, орієнтацію на велику аудиторію, тематичну та жанрову різноманітність.

## 1.2. Розвиток іспанської публіцистики

На рубежі XV-XVI столітті бурхливий розвиток ксилографії у Западній Європі дозволив масово і дешево розповсюджувати невеликі за обсягом твори, так звані «*Romances noticieros*» у яких йдеться про події війни в Гранаді в XV столітті та про завоювання Нового світу іспанськими мореплавцями. Першим хто розпочав цей жанр бути гуманіст Педро Мартир де Англера, який у період між 1488 та 1526 роками написав 812 творів. Приблизно в цей час з'являються «*mercurios o gacetas*» – своєрідний бюлетень, який повідомляв про новини, що відбувалися на торгових ярмарках або у морських портах. У 1641 році Жауме Роме опублікував

переклад «*Gazette Parisien*», яку можна вважати першою щотижневою газетою, що вийшла іспанською мовою.

Чинний король Іспанії Карлос II у 1661 році, спостерігаючи за популярністю та зацікавленістю цим жанром з боку народу, вбачав у ньому засіб для закріплення своєї позиції та задоволення політичних інтересів, саме з цієї причини він найняв першого іспанського газетника з відомим ім'ям – Франсіско Фабро Бремундана, для написання й друку першого іспанського щомісячного журналу, хоча в Сарагосі він друкувався щотижня. У 1697 р., коли Фабро помер, його газета продовжувала безперервно виходити під назвою «*Gaceta de Madrid*» і, зрідка змінюючи назву, продовжує друкуватися і сьогодні як «Офіційний державний вісник» («*Boletín Oficial del Estado*») [35, с. 216].

У XVII-XVIII ст. *gacetas* почали виходити у всіх великих містах І незабаром їх зміст урізноманітнівся, проте на той час газети були дуже дорогими і доступними лише для меншості, але це, безперечно, був один з найважливіших способів популяризації просвітницьких ідей та буржуазної ідеології. Беручи до уваги, що на той час 80 % населення було неписьменним, читачі газет становили меншість, яка складалася з дворян, духовенства, представників королівської бюрократії, офіцерів армії та деяких секторів середнього класу: лікарів, юристів, вчителів та купців [37, с. 93].

На той час чітко розрізнялися два види видань: культурна преса (газети: «*El Diario de Madrid*», «*El Diario de los Literatos*») та популярна преса (альманахи). Політична та військова інформація була у руках двох офіційних газет «*Gaceta de Madrid*» та «*Mercurio Histórico y Político*». Публікації приватної ініціативи переважно присвячувалися культурним чи економічним питанням. Вони майже завжди відстоювали просвітницьку ідеологію, а їхніми читачами була буржуазна меншість. «*El Diario de los Literatos de España*» (1737-1742) – це культурне літературне видання, яке боролось з бароковими ідеями, захищало творчість Беніто Херонимо Фейхоо та Ігнасіо де Лузана. Воно коштувало від 4 до 5 реалів та мало тираж від 1000 до 1500

примірників. Також існувала щотижнева газети «*El Semanario Económico*» (1765-1766), «*El Semanario de Agricultura*» (1795-1805), які поширювали інформацію щодо технічних досягнення, вдосконалення промисловості та різноманітних економічних та сільськогосподарських новин. Найвпливовішою з газет того часу була «*El Censor*» (1781), енциклопедичного, ліберального та регіонального впливу, яка наважувалася поставити під сумнів політичні, законодавчі та релігійні принципи; критикувала соціальні інституції та ставила під сумнів класову структуру суспільств.; Ось чому редакції постійно доводилося боротися, за можливість отримати ліцензію на друк [43, с. 211].

Наприкінці XVII століття страта французької королівської родини спричинила поживлення цензури та тимчасове припинення друку, так 24 лютого 1791 року король Іспанії Карл IV заборонив друкувати всю пресу, крім офіційних газет. Усі неофіційні газети були заборонені Королівською резолюцією. Це викликало протест багатьох редакцій, які, таким чином, були знищені, тому їх видавці вимагали грошової компенсації. На той час функціонували лише три видання: «*Gaceta de Madrid*», «*El Mercurio*», «*El Diario de Madrid*».

Протягом XIX століття дидактична, утилітарна та традиційна преса XVIII століття набула певного політичного відтінку. Роль преси у розповсюдженні ліберальних ідей була вирішальною, хоча їй довелося боротися рука об руку з цензурою, накладеною останніми ударами Старого режиму.

Під час Війни за незалежність (1808–1814 рр.) відбувся спалах свободи преси, оскільки 26 жовтня 1811 р. Кадезькі кортеси підписали указ про свободу преси. Все це спричинило збільшення кількості періодичних видань, з'явилися такі як газети, як: «*El Censor General*», «*La Gaceta de Sevilla*», «*El Diario de Barcelona*», «*El Diario de Valencia*». Між 1808 і 1814 роками преса стане важливим елементом революційно-конституціоналістського руху,

оскільки саме через неї рекламуються політичні проекти, читачам відчуває інтегрованим себе у спільноту, повідомляються проблеми країни [39, с. 186].

З поверненням у 1814 році Фердинанда VII починається так званий абсолютистський *Sexenio Absolutista*, під час якого всі реформи ігноруються, а ліберальна думка змушена піти в підпілля. Говорити про журналістику в цей час – це означає говорити про офіційну пресу, оскільки газети з іншими ідеологіями були заборонені.

Хоча з 1833 р. до періоду Реставрації уряд намагатиметься контролювати публікації газети, проте саме в цей час демократичні ідеї починають з'являтися в ліберальній пресі через статті деяких авторів. Цей ідеологічний витік триватиме під час регентства Еспартеро та правління Ізабели II. Мабуть, найбільш помітним у цей період, що стосується нашої теми, є народження *el periodismo informativo*, доступ робітничого класу до преси та поява низки газет, орієнтованих на простий народ. У 1853 р. почала виходити провідна газета іспанської преси на початку 21 століття «*Faro de Vigo*». Між 1868 і 1875 роками в Іспанії вийшло близько шестисот газет [27, с. 326].

Розвиток технологій, вдосконалення друкарського верстата полегшало та здешевило розповсюдження преси, надало можливість створювати дешеві та барвистіші видання, ілюстровані красивими гравюрами. Крім того, популяризація читання газет серед нижчих класів завдяки масовій народній освіті, дозволило розповсюдити пресу на нижчі верстви суспільства, налаштувавши модель, так званої «масовою преси», чиїм найбільш помітним проявом був так званий серійний роман (*folletín* або *novela por entregas*). Починаючи з 1868 р. з'являються газети громадської думки, тобто інформативна преса, яка має великий тираж та успіх серед читачів. Його цих видань більше не обмежується лише політичними питаннями, але й з'являються розділи з літературознавства, анекдотами, гумором, рекламними оголошеннями [36, с. 53].

У 1883 р. закон про друк, створений ліберальним урядом, також перевагу періодичним публікаціям. Усе це, разом із розвитком технічних засобів, сприяє виникненню близько 600 нових зареєстрованих видань, найпрестижнішими серед них були: «*El Comercio de Gijón*» (1877), «*El Liberal de Bilbao*» (1879), «*La Vanguardia de Barcelona*» (1881), «*El Noticiero Universal de Barcelona*» (1888), «*El Heraldo de Madrid*» (1890), «*Blanco y Negro*» (1891) та «*El Heraldo de Aragón*» (1895). Починаючи з 1868 р., розвивалася жіноча преса. Після триумфу Глоріози були відкриті школи для навчання нижчих класів і з'явилися перші робітничі газети. В результаті чого з'явилися, такі журнал як: «*La Flaca*» «*L'Esquella de la Torratxa*» (1872), «*La Filoxera*» (1878), «*El Logo*» (1879), «*La Viña*» (1880). Для представників еліти також була розроблена документальна преса «*El Imparcial*» (1867), «*El Liberal*» (1879) [38, с.137].

Під час періоду Реставрації з'являються перші журналістські агентства компаній, які отримують підтримку з боку влади, так у Каталонії виникає «*La Vanguardia*» (1881) у Мадриді – «*ABC*» (1903), «*El Sol*» (1917), «*La Voz*» (1920), «*La Nación*» (1925). Не слід забувати, що ці видання окрім впливу на громадську думку, прагнуть до економічної прибутковості, тому використовують рекламу як основний засіб фінансування.

З 1910 р. Іспанські газети були стають масовими, відбувається лексико-стилістичне оновлення; макет стає більш привабливий, з'являються фотографії; зміст відображає смаки масової культури: публічні розваги (футбол, корида, театр ...), політичні події, посилення на інші засоби масової інформації (радіо). Існують також спеціальні сторінки або додатки про економіку, шоу, мистецтво, спорт, сільське господарство, жінок та дітей. Саме в цей час в Іспанії з'явилися перші жінки-журналістки: Кармен де Бургос, редактор мадридського «*Diario Universal*», Софія Касанова, редактор «*ABC*», Конча Еспіна, редактор «*La Nación*» [46].

Були також газети, пов'язані з робітничим рухом, такі як «*El Socialista*», «*Tierra y Libertad*», «*Solidaridad Obrera*», «*Mundo Obrero*». З 1917 року

щотижня виходить дитяча преса під назвою «ТВО». Завдяки конкуренції з боку нових засобів масової інформації, таких як кіно, радіо та телебачення, розвинулася фотожурналістика.

Під час громадянської війни як у республіканській, так і в національній зонах були створені офіційні органи, присвячені виключно пропаганді. У географічному районі, окупованому кожною зі сторін, могли виходити лише газети, що залежали від них, і піддавалися жорсткій цензурі війни. У окопах повстанців розповсюджувалася сатирична газета «*La Ametralladora*». З іншого боку, в республіканській зоні поширився найбільш елітарна газта «*El Mono Azul*». Під час Другої світової війни значну частину іспанської преси контролював керівник пропаганди посольства Німеччини в Мадриді пронацистський єврей Йозеф Ганс Лазар. Основним представником цієї ситуації стала газета «*Informaciones*», яка стала в центрі уваги антисемітської та філь-нацистської публіцистики в Іспанії [36, с. 48].

У перші роки режиму Франко преса перебувала під пильним контролем Міністерства інформації за допомогою механізмів цензури, встановлених законом про пресу 1938 року, ситуація почала змінюватися з 1962 року. У цьому році міністр інформації Габріель Аріас -Сальгадо був звільнений через міжнародну критику його прес-кампанії проти учасників так званого Мюнхенської змови. Його наступником став молодий Мануель Фрага Ірібарн, який вважався на той час одним з найбільш ліберальних представників режиму. Протягом наступних років Фрага пропагував новий закон про пресу, затверджений у 1966 році, який скасовував попередню цензуру та гасла. Однак ця лібералізація була лише частковою, оскільки публікація певних думок, наприклад, відкрита критика режиму, продовжувала бути забороненою. Крім того, був посилений принцип цивільної та навіть кримінальної відповідальності редакторів, які порушують положення закону. На той час три газети «*Madrid*», «*El Alcázar*» та «*Nuevo Diario*» утворили самопроголошену незалежну пресу, керувалися відкритими представниками *Opus Dei*, які намагалися скористатися зв'язками цієї

католицької організації для лібералізації режиму. Однак, починаючи з 1968 р., непоко́ра щодо режиму незалежної преси викликала різкі реакції з боку Міністерства інформації, що призвело до закриття видавничих компаній «*El Alcázar*», «*Nuevo Diario*» у 1969 р. та «*Madrid*» у 1971 р. [37, с. 234].

Після звільнення Фрага з посади міністра інформації у 1969 році, такі газети як «*La Vanguardia*» і, меншою мірою, «*ABC*» та «*Pueblo*» скористалися відносним лібералізмом закону про пресу, щоб урізноманітнити політичний дискурс і додати критику тогочасного режиму – хоча завжди в поміркованій чи непомітній манері. Вже після смерті Франко газети були місцем, де відбувалися найсуперечливіші та найважливіші політичні дебати в країні, преса стала, за висловом того часу, паперовим парламентом.

У 1970 році почалася криза інформаційного сектору, багато держав, які підтримують публічні ЗМІ, приватизують їх, залишаючи їх у руках великих бізнес-груп. В Іспанії після демократичного переходу преса пережила важливий бум з появою публікацій різного роду. Окрім газет з історією, таких як «*ABC*» або «*La Vanguardia*», з'явилися нові, такі як «*El País*» або «*El Mundo*» у Мадриді, «*El Periódico de Cataluña*» у Барселоні та «*El Correo*» у країні Басів, які швидко перетворюються на надійні комунікаційні компанії [27, с. 55].

Присутність письмової преси в подіях останніх років не є виключно відображенням дійсності, але часто передбачає та провокує її: найвідоміші журналістські скандали були пов'язані переважно з кампаніями, які проводила газета «*El Mundo*» (під назвою журналістські розслідування) проти останніх соціалістичних урядів Феліпе Гонсалеса, з приводу корупційних справ (Хуан Герра, Філеса та Луїс Ролдан) або так званої брудної війни терористичної групи GAL, діяльності, яку вона знову здійснює після нападів 11 березня 2004 р., підтримуючи так звану теорію змови [38, с. 162].



На сьогодні головними виданнями національного рівня є такі газети як: «*El País*», «*El Mundo*», «*La Vanguardia*», «*ABC*», «*La Razón*». Серед спортивної преси найбільшою популярністю користуються «*Marca*», «*As*», «*Sport*», «*Mundo Deportivo*», «*L'Esportiu*».

Отже, іспанська публіцистика пройшла тернистий шлях становлення з XV століття, від публікування перших *gacetas*, згодом романів по частинах, ще пізніше *periodismo informativo* та завершуючи сьогodнішніми журналістськими компаніям. Ще у першій половині XVIII століття перса в Іспанія була малотиражною та розрахованою на вузьке коло читачів, що відрізняло її від інших європейській країн того часу. Висока собівартість друкування газет, жорстка цензура з боку влади, малий відсоток освіченого населення уповільнювало процес становлення публіцистики. Проте вдосконалення друкарської справи, послаблення цензури та впровадження закону про пресу сприяло бурхливому розвитку столичної преси, появі провінційних видань, поступово спеціалізованих газет й журналів, а також дитячої преси.

## РОЗДІЛ 2

### ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ІСПАНСЬКОГО ГАЗЕТНО-ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ

#### 2.1. Лексична хатакретиска текстів іспаномовних газет

У цілому газетна лексика іспаномовного публіцистичного тексту неоднорідна. Вона включає в себе велику кількість як літературних, так і слів розмовної лексики, а іноді і простонародна лексика. Але деякі категорії лексичних одиниць є особливо типовими лише для мови преси.

Інформація, що надходить за допомогою ЗМІ, відрізняється компресією, характерною рисою якої є аббревіація. Скорочення вживаються в усіх функціональних стилях, але в публіцистичному їх роль важко переоцінити. Скорочені назви різних міжнародних, регіональних, національних, політичних і громадських організацій, навчальних закладів, професійних організацій, торгових й промислових компаній, фінансових установ, транспортних підприємств, спортивних і туристичних організацій, клубів, бібліотек, музеїв і т. д. у вигляді аббревіатур можна часто зустріти на сторінках друкованих видань [42, с. 98]. У газетних текстах ми знаходимо безліч прикладів вживання аббревіатур:

*«Para EE UU (Estados Unidos de América) es el sistema totalitario cubano y la falta de futuro lo que hace que los ciudadanos quieran abandonar su país»* [72] – Для США саме кубинська тоталітарна система та відсутність майбутнього викликають у громадян бажання залишити свою країну та переїхати до США.

*«Por lo pronto, coincidieron en condenar la campaña de bombardeos de la OTAN (La Organización del Tratado del Atlántico Norte)»* [51] – Наразі вони погодилися засудити бомбардувальну кампанію НАТО.

У спортивних статтях скорочення використовуються для позначення спортивних явищ, назв каналів, спортивних ліг, наприклад: *«La FIFA*

(La Federación Internacional de Fútbol Asociación) *estrecha el cerco sobre Villar»* [82] – «ФІФА розпочинає розслідування проти президента Королівської іспанської футбольної федерації Вільяра»; «*La LFP* (La Liga Nacional de Fútbol Profesional) *quiere comenzar la Liga 2015 – 2016 el próximo 15 de Agosto»* [81] – «Іспанська федерація з футболу хоче почати Ла Лігу 2015-2016 15 серпня».

Що стосується заголовків статей економічної тематики, скорочення використовує частіше за все для позначення компаній, організацій, макроекономічних показників валюти і т.д.: «*La UE* (La Unión Europea) *quiere retirar los billetes de 500 euros»* [54] – ЄС хоче вивести банкноти номіналом 500 євро.

Нерідко в публіцистиці можна зустріти такі розмовні скорочені слів, як: *el kilo, la foto, el auto, la mili* etc.: «*Conscripción a la mili se llevará a cabo en octubre»* [68] – Військовий призив до армії відбудеться в жовтні.

Важливою складовою газетно-публіцистичного стилю є використання запозичених слів. Основним стимулом використання такої лексики є прагнення до мовної виразності, експресії, а також в пошуках «свіжих» словосполучень, в бажанні уникнути повторень одних і тих же слів, оборотів, конструкцій в межах того чи іншого тексту [29, с. 56]. Наприклад: *hacker, kitesurf, full-time, smart shops, hobby* (англійського походження) *bonzai* (японское), *dolce vita* (італійського походження), *sultan* (арабського), *haraquiri* (японського)...

«*Lo cierto es que el ministro de Economía vive como un sultan»* [68] – Правда в тому, що міністр економіки живе як султан.

«*Se permite la existencia de los coffeeshops, unos bares donde se pueden comprar marihuana y e hachis»* [60] – Допускається існування coffeeshops – кав'ярні, де можна купити марихуану та гашиш.

«*Maria Monti, una actriz italo-venezolana que disfruta en Acapulco de la Dolce Vita»* [58] – Марія Монті, італійсько-венесуельська актриса, яка насолоджується *Dolce Vita* в Акапулько.

Як приклад можна привести запозичене слово *hacker*. В принципі, цей термін можна було б висловити словосполученням *el ladron electronico*. Однак, в силу того, що англіцизм *hacker* є не тільки більш економічним засобом вираження цього поняття, а й практично вже є міжнародним терміном, який використовується в багатьох мовах світу, тому його застосування представляється логічним та природним: «*Ataque hackers a Microsoft*» [77] – Хакери атакують Microsoft; «*Los hackers han obtenido acceso a algunos documentos de importancia nacional*» [73] – Хакери отримали доступ до деяких документів національного значення.

Це ж саме можна сказати про слова *hobby*, *full-time*. Ці поняття мають еквіваленти в іспанській мові. До слова це – *aficion*, *pasatiempo favorito* (*hobby*) і *jornada completa* (*full-time*). Але все ж, в більшості випадків зустрічаються англійські слова *hobby* і *full-time*. Або, наприклад, французьке слово *complot* (змова) має іспанська еквівалент *conspiracion*, проте в газетно-публіцистичному стилі мови, частіше вживається французьке слово. Підтвердження цьому ми знаходимо в наступних прикладах: «*Los estudiantes estan trabajando en full-time violando la ley*» [62] – Студенти працюють повний робочий день, порушуючи закон. «*Este hombre tenía hobby por los videojuegos*» [49] – Цей хлопець мав хоббі – відеоігри.

В іспаномовних публіцистичних текстах активно використовуються запозичення з різних провінцій Іспанії. Дедалі більшого поширення набувають запозичення з баскської мови. У першу чергу це пояснюється внутрішніми соціально-політичними причинами, а саме сепаратистськими тенденціями [28, с. 62]. Зокрема в політичних текстах часто зустрічаємо лексему *lehendakari* (в іншому написанні *lenddkari*), що означає голова уряду. Стосовно цього органу влади використовується термін з баскської мови замість іспанського *presidente del Gobierno*; лексема *euskadi* (уряд країни Басків – ісп. *gobierno del País Vasco*) та *kale borroka* (вуличні заворушення – ісп. *disturbios callejeros*) [40, с. 162]:

«*El lendakari Juan Jose Ibarretxe tendrá que abrir el período disculparse con los periodistas por su falta de tacto*» [69] – Голова уряду – Хуан Хосе Ібарреткс повинен буде вибачитися перед журналістами за свою безтактність.

«*Con pocos medios y una actividad casi clandestina, encabezó la revuelta cívica de Euscadi*» – Маючи небагато коштів і майже підпільну діяльність, він

«*La kale borroka del deporte invade el fútbol*» [53] – Вуличні заворушення вторглися у футбол.

Мова газети характеризується різноманітністю у використанні синонімічних рядів. Розглянемо деякі синонімічні ряди в текстах іспанської преси. Наприклад, для позначення поняття «бойовик» в іспанській мові існує наступний синонімічний ряд: *independentista, guerrillero, terrorista, comando, separatista* (незалежний, партизан, терорист, воєнізований, сепаратист). «*El grupo de los miembros del comando terrorista abrió fuego en medio del día zonas residenciales de la ciudad*» [57] – Група диверсантів відкрила вогонь посеред дня у жилкому мікрорайоні міста

Для позначення поняття «*crédito*» (кредит) використовуються такі синонімі як: *préstamo, adelanto, hipoteca, anticipo, financiación* наприклад: «*El estado otorga un préstamo de 140 millones de euros para el desarrollo de infraestructura interna*» [74] – Держава надає кредит у розмірі 140 мільйонів євро для розвитку внутрішньої інфраструктури. «*A día de hoy, los créditos perpetuos son cosa del pasado*» [71] – Від сьогодні, безстрокові кредити залишаються у минулому.

Для іспанської розмовної мови характерно високочастотне вживання слів зі зменшувальними суфіксами. Це явище простежується і в газетній мові. Не можна не відзначити, що вживання слів зі зменшувальними суфіксами є типовим для представників будь-якого соціального класу незалежно від статі. Згідно зі спостереженнями Норми Карікабуро, відмова від зменшувальних суфіксів може означати байдужість, небажання продовжувати спілкування і

охолодження в стосунках або певне дистанціювання [25, с. 101]. Наведемо наступні приклади:

*«El presidente Uribe es uno de los que se precia de dormir solo cinco horas diarias para poder «trabajar, trabajar y trabajar» sin pestañar. Pero también reconoce que de pronto le dan «unas rabiecititas que me tengo que aguantar» [53]* – Президент Урібе – один з тих, хто пишається тим, що спить лише п'ять годин на день, щоб він міг «працювати, працювати і працювати», не кліпаючи очима. Але він також визнає, що вони хронічне недосипання викликає у нього «маленькі істерики, з якими мені доводиться миритися».

*«En el fondo, lo evidente es que la aprobación de la reelección presidencial inmediata es la transformación más profunda del sistema político colombiano de los últimos tiempos y no, como dijera un asesor presidencial, la reforma de un «artículo» de la Constitución» [56]* – Зрештою, очевидним є те, що схвалення негайних переобрань президента є найглибшою трансформацією колумбійської політичної системи за останній час, а не, як сказав радник президента, реформою «маленької статті» Конституції

В Іспанії в останні десятиліття відзначається потужний розвиток засобів масової інформації поряд з поступовим відходом художньої літератури на другий план. Тому мова текстів іспанських ЗМІ еволюціонує: в газетних текстах спостерігається активне вживання великої кількості неологізмів [34, с. 107].

У словнику Королівської академії іспанської мови термін «неологізм» визначається як нове слово, словосполучення чи зворот. Таким чином, поняття неологізму, незалежності від мови, в якій воно вживається, може бути пояснено як нове слово, значення або вираз [45].

Вважаємо за потрібне зазначити, що актуальне питання пандемії коронавірусу не тільки вплинуло на звичне життя людей по всьому світу, а й вплинуло на лексичний склад мови, збагативши його новими термінами та словами, що безпосередньо відображають ситуацію, яка склалася у всьому світі. Іспанська мова не стала винятком. Так, автор статті під назвою

«Неологізми, які нам принесла пандемія» [47] (Додаток 1). Лола Роздигез вказує на те, що іспанські вчені зазначають, що місцеві соціальні мережі за час пандемії стали «колискою неологізмів». Деякі слова з'явилися як меми, інші – через відсутність терміна, що описує почуття або ситуацію потрібним чином.

Наведемо приклади неологізмів з даної статті: «*balconazis*» – балконні нацисти, які плюють на тих, хто безвідповідально, на їх погляд, вештається вулицями. «*Covidiota*» – людина, яка безвідповідально ставиться до пандемії, ігнорує соціальну дистанцію, тим самим піддаючи ризику інших. «*Zoompleaños*» – неологізм утворений шляхом поєднання слів *zoom* та *cumpleaños*, тобто святкування дня народження в Зумі через закриття барів та ресторанів. «*Coronials*» – так звані «короніали», покоління народжене під час пандемії коронавірусу, внаслідок вимушеної ізоляції. «*Infodemia*» – термін, що використовується Всесвітньою організацією охорони здоров'я й позначає брехливі інтернет-новин стосовно пандемії, які посилюють паніку людей [47].

Отже, на лексичному рівні в іспаномовному газетному тексті відбувається розширення спектру номінативних одиниць за рахунок запозичень і неологізмів. Найбільша кількість запозичених слів надходить з англійської мови, що пов'язано в першу чергу с розвитком сучасних технологій, а також із окремих регіонів особливо із країни Басків, причиною чого є відсутність еквівалентів у піренейському варіанті мови. Поєднання стилістично-нейтральної та експресивної лексики, пошук синонімічних рядів, вживання аббревіатур – це все відноситься до лексичних особливостей публіцистичного тексту.

## **2.2. Граматичні засоби створення іспаномовного публіцистичного тексту**

Що стосується граматичних особливостей іспанських газетних текстів, слід зазначити що заголовки часто являють собою неповні речення. Мовна

економія може проявлятися в синтаксичній структурі газетного тексту різними способами. Найбільш частотне явище – це еліпсис. Один із прикладів еліпсу є опущення артикля [48]: «*Benzema se pierde el último partido de \_ Liga por una rotura fibrilar*» [80] (відсутність артикля *la*) – Бензема пропускає останній матч Ліги через розрив фібрил.

Крім того, нами були відзначені випадки упущення елемента, що виконує синтаксичну функцію доповнення. У заголовку «*Crespo dice que el Gobierno está estudiando dar el anticipo*» – Креспо каже, що уряд вивчає питання про надання авансу [75]. Також після дієслівної форми «*está estudiando*» спостерігається синтаксично некоректне вживання інфінітива «*dar*», а також відчувається нестача іменника в функції доповнення, вираженого далі в статті іменником «*la solicitud*»: «*La delegada del Gobierno en Andalucía, Carmen Crespo, trasladó este jueves que el Gobierno central «está estudiando» la solicitud de un anticipo de 1.000 millones de euros realizada por la Junta de Andalucía*» [59] – Представник уряду в Андалусії Кармен Креспо повідомила цього четверга, що центральний уряд «вивчає» прохання Хунти де Андалусії про надання авансу в розмірі 1000 мільйонів євро.

Іншим структурно-функціональним типом еліпсу є дієслівний еліпсис, відмінна риса якого – відсутність в висловлюванні дієслова, що позначає дію або стан предмета [22, с. 69], наведемо наступний приклад: «*Millones de personas en el mundo \_\_ sin agua potable*» – «Мільйони людей на Землі живуть без питної води» [59]. У цьому реченні спостерігаємо упущення дієслова *vivir* – жити. Однак основна думка повідомлення не змінює своє значення, а відсутність дієслова не ускладнює сприйняття інформації для реципієнта.

Іншим синтаксичним засобом реалізації принципу економії є використання так званого *condicional de rumor* для передачі новини, в достовірності якої є сумніви. Даний вид дієслівного способу використовується для передачі чужої думки або твердження, щодо достовірності є сумніви [31, с. 225]: «*Ladrón de banco se habría suicidado viendo un pelotón de policías en la puerta del banco*» [59] – Банківський злодій



наклав на себе руки, побачивши наряд поліцейських під дверима банку. Дане явище можна вважати проявом принципу економії в першу чергу з боку зовнішньої форми, так як автор уникає додаткових пояснень і посилань на джерело повідомлення.

Надзвичайно стислим засобом вираження є тип синтаксичної компресії, де графічний знак дефіса чи двокрапки віграє роль зв'язки, замінюючи різні мовні елементи (прийменники, сполучники, іменники, дієслова) [33, с. 39], наприклад, «*Comentarios: Bayern Múnich – Barcelona 3:2*» [81]. Використовуючи цей тип компресії візуальна структура речення привертає погляд читача та перекладається як: «Коментарі: Мюнхенська Баварія – Барселона 3:2», замість його більш повного еквівалента: «Футбольний матч Між Мюнхенської Баварії та Барселоною завершився з рахунком 3:2». Ці знаки пунктуації, крім економії місця, дозволяють автору зацікавити реципієнта і привернути увагу до найбільш значимих елементів заголовка. «*Prevén diálogo Obama-Hamas*» – Передбачається діалог Обама-Хамас [50]. У наведеному випадку знак дефіса замінює копулятивну сполуку *diálogo entre Obama y Hamas*.

Ще один різновид еліпсису відбувається за рахунок пропуску прийменників і сполучників без наявності допоміжних орфографічних знаків. Саме він виклик найбільшу критику серед мовознавців, можливо, з цієї причини він є найменш уживаним [33, с. 48]. Наведемо декілька прикладів: «*Foro sugiere pacto superar el deficiente servicio electricidad*» [79] – Форум пропонує договір щодо подолання дефіциту електроенергії. Проте згідно з граматичними правилами іспанської мови це речення могло бути написано по інакшому, наприклад: *(El) foro sugiere (un) pacto PARA superar el deficiente servicio DE electricidad*. «*Presidente Senado Haití herido sismo estable tras cirugía*» [78] – Президент Сенату Гаїті отримав травму після сильного землетрусу; граматично правильний варіант: *(El) presidente DE (l) Senado DE Haití, herido EN (el) sismo, estable tras (una) cirugía*. Ці типи формулювань не

виглядають як щось інше, як відповідь на необхідність ущільнення інформації в обмеженому за об'ємом просторі у крайніх випадках.

Мовна економія в газетних заголовках навіть доходить до пропуску підмета, коли його функцію виконує прикметник, як це можна побачити у наступних прикладах: «*El Supremo de EE UU permite financiar sin límite las campañas*» [62] – Верховний суд США допускає необмежене фінансування кампаній. «*Rajoy nombra a Mayor Oreja candidato a las europeas tras el ascenso en los sondeos de Díez*» [63] – Рахой призначає мера Ореха кандидатом на вибори до Європарламенту після зростання виборчих опитувань Дієса. У першому прикладі опущено слово *Tribunal* (El Tribunal Supremo – Верховний суд), а в другому випадку – *elecciones* (las elecciones europeas – вибори до Європарламенту). Дуже часто саме такий вид еліпсу змушує читача дібрати неvistачаюче самостійно, за допомогою мисленнєвого процесу. Алех Гріельмо, який багато років був редактором мадридської газети «El País», насправді рекомендує журналістам використовувати цей прийом, щоб зменшити довжину заголовків: «Ви можете вилучити сово зі словосполучення, тим самим створити для читача ілюзію власного творчого пошука правильного мовного еквівалента». [22, с. 168].

Вважаємо за потрібне зазначити, що останнім часом в іспанській мові спостерігається активний процес номіналізація газетних заголовків, тобто в частому використанні іменників: «*Sbado, alcohol, seis jvenes y dos muertes*» [76] – Суббота, випивка, шестеро молодих людей і дві смерті; субстантивації: «*El ayer y el hoy*» [65] – Вчора і сьогодні (відбувається заміна дієслова віддієслівним іменником); «*La aparición de plutonio en el suelo*» [56] – Поява плутонію в ґрунті (опущення дієслова та включення номінативних одиниць, які описують обставини місця й час події); «*El expresidente Carter \_\_\_ en La Habana*» [57] – Колишній президент Картер у Гавані (відсутнє дієслова *estar*).

В іспанській мові умовний спосіб *Subjuntivo*, використовується для вираження стимулювання до дії, заборон, вимог, порад, сумнівів,

невпевненості, емоційної оцінки тощо [32, с. 96]. Наприклад, «*Luis Enrique: «Espero que el partido se rija por parámetros deportivos»* [67] – Сподіваюся, що матч буде регулюватися спортивними параметрами.

Окрім цього в газетно-публіцистичному стилі використовується дієслівна форма імперфекту (*Imperfecto de Subjuntivo*). Ця форма має ярко виражений книжковий відтінок, надає висловлюванню більшою урочистості; таким чином реалізується експресивний експресивний принцип мови газети, а також привертається увага адресата [23, с. 20]: «*La comisión técnica que estudia el accidentado regreso del transporte espacial Estrella destacó ayer que el fallo se produjera debido a un error humano*» [El Mundo, 09.05.2003] – Технічна комісія, яка вивчає аварійне повернення космічного транспорту *Estrella*, вчора підкреслила, що збій стався через людську помилку.

Переважна більшість заголовків сформульована в теперішньому часі (*Presente de Indicativo*), незважаючи на те, що описані події, як правило, відбулися у минулому, тому такий граматичний час називають історичне сьогодення (*Presente histórico*). Ця практика сьогодні, запевняє Бастеніє, є типовим явищем "у всій західній пресі" [24, с. 83]. Журналісти часто стверджують, що таким чином заголовки дають уявлення про те, що події щойно відбулися або ще не закінчилися. Наведемо декілька прикладів: «*Granjero mata a 51 vacas y se suicida*» [59] – Фермер вбиває 51 корову та покінчує життя самогубством. «*Bolivianos armados cruzan la frontera y asaltan a empresa*» [57] – Озброєні болівійці перетинають кордон і нападають на підприємство. Історичне сьогодення передбачає стилістичні ефекти близькості. Як зауважив Сільва-Корвалан: «Цей індикатив використовується в оповідальних статтях ресурс, за допомогою якого оповідач робить історію цікавою, смішною, розважальною або нестандартною». Використання історичного сьогодення обумовлено тим, що журналістика прагне вразити нас і переконати, що відбуваються цікаві речі. У таких ситуаціях історичне сьогодення використовується для вказівки на актуальність, через ефект близькості: «Використовуючи Індикатив

сьогодення для опису подій, що відбувалися в минулому, оратор представляє їх так, ніби він бачив їх у на власні очі», – каже Сільва-Корвалан, додаючи, що оповідь таким чином стає «більш яскравою і драматичною» [41, с. 53].

У заголовках можуть з'явитися дієслова у безособовій формі: інфінітив, герундій або дієприкметник. Як відомо, їм не притаманні граматичні форми часу, способу та особи, однак у них виражається аспектність дій: початкова форма дієслова представляє дію в реалізації: «*Vivir bajo la autopista por 130 euros*» [66] – Життя під шосе за 130 євро; герундій – дія в процесі розвитку: «*Observando el precio del petroleo*» [80] – Спостерігаючи за цінами на нафту.

Простий умовний спосіб дієслова (*Condicional/Potencial Simple*) в іспанській мові означає можливу та ймовірне дію у теперішньому, минулому або майбутньому часі. Його вживають в кількох випадках: по-перше, для познання бажаної або ймовірної дії у теперішньому, минулому і майбутньому; по-друге, щоб надати проханню відтінок ввічливості; по-третє, для узгодження часів, у підрядних реченнях. Родрігез Лаеса зазначає, що: «*Potencial Simple* вживається коли йдеться про твердження, припущення, достовірність яких не гарантована, або про непідтверджені чутки [32, с. 106]. У проаналізованих нами прикладах умовний спосіб використовується для вираження ймовірної дії в майбутньому, наприклад: «*¿Cuánto dinero costarían unas nuevas elecciones?*» [70] – Скільки будуть коштувати перевибори в Іспанії? Головна лінгвопрагматична функція вживання цієї форми дієслова полягає в підкресленні того, що автор користується припущеннями, непідтвердженою інформацією. Також форма *Potencial* допомагає журналісту не перевантажувати заголовок додатковими синтаксичними та лексичними одиницями, що виражають невпевненість або особисте ставлення до викладеної в статті інформації [21, с. 47].

Для надання інформації зі ста відсотковою достовірністю використовують майбутній час (*Futuro de Indicativo*): «*Al menos 304 deportistas representarán a España en Río*» [83] – Іспанію на іграх в Ріо представлятимуть що найменше 304 спортсмени.

Що стосується порядку слів у реченні, необхідно відзначити кілька відмінностей, що існують між іспанською та українською мовами. Прикметники на відміну від української мови, розташовуються найчастіше після іменника або після іменника розташовані залежні від нього конструкції з прийменником *de*: «*El club de fútbol más valioso del mundo*» [84] – Найбагатший футбольний клуб у світі.

Типовим для іспанської преси є інверсія, тобто синтаксичний прийом, коли дієприкметник виноситься перед іменником, що ще більше підкреслює результат дії: «*Interceptada una patera con 35 inmigrantes en la costa de Granada*» [58] – Затримано човен з 35 емігрантами біля берегів Гранади. «*Arrestados en Panam cuatro sospechosos de asesinar al gerente de CEPSA*» [68] – У Панамі заарештовано четверо підозрюваних у вбивстві керівника CEPСА.

Іспанські газетні заголовки нерідко починаються з дієслова-присудка. Як зауважив Касадо Веларде: «шляхом зміни в нормального порядку слів у реченні відбувається спроба виділити терміни, що викликає найбільший інтерес, і фокусує увагу читачів. Журналістам необхідно формулювати заголовки таким чином, щоб у перших словах містилося найважливіше новини, адже новина – це діяльність, а дієслово представляє дію» [26, с. 238]. Нами були знайдені наступні приклади: «*Llega a México nueva marca de coches*» [72] – Нова автомобільна марка в Мексиці. «*Muere hombre de dos puñaladas tras riña*» [49] – Чоловік помер від двох ножових поранень після бою.

Звороти *por (la) invitación de, invitado por* (на запрошення) можуть зустрітися в різних місцях іспанського тексту: на його початку, в середині й у кінці. Їх український еквівалент «на запрошення» використовується, як правило, на початку пропозиції. Наприклад, «*El creador de la marca La Martina expondrá en Mendoza invitado por AEM*» [57] – На запрошення Аргентинської школи підприємців марка La Martina буде представлена на виставці в Мендосі.

В іспанській пресі простежується тенденцію до використання конструкцій безособового тлумачення в третій особі множини. Такі повідомлення зазвичай стосуються поліцейських чи судових питань, наприклад: «*Asesinan al traficante de drogas a tiros por la policía en las afueras de la ciudad*» [49] – Наркаторговець був застрелений поліцією на околиці міста. В інших випадках цей феномен використовується для привернення уваги читача, коли без прочитання основного тексту, важко зрозуміти головну думку повідомлення: «*Recuperan Planta Centro con lentitud*» [51] – Повільно відновлюють центральний завод. Лише прочитавши всю статтю стає зрозумілим, що повільна реконструкція винного заводу в Барселони відбувається через корупційні схеми з боку керівництва.

Враховуючи вище зазначене ми можемо стверджувати, що використання речень безособової структури у третій особі множини обумовлене принципом мовної економії, як і вживання еліпсу різних типів. Вживання особливого різновиду теперішнього часу *Presente histórico* (історичне сьогодні) обумовлене бажанням автора створити ілюзію присутності під час явища, яке описується. Умисна інверсія та особливий вид еліпсу, а саме навмисний пропуск прийменник та сполучників без знаків пунктуації привертає увагу читача.

## РОЗДІЛ 3

### ГАЗЕТНИЙ ТЕКСТ ЯК ВИРАЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

#### 3.1. Прецедентні феномени в іспаномовному газетному тексті як засіб відображення національно-культурної специфіки

Одним з явищ мови публіцистичного тексту, що представляють найбільшу складність для людини, що не володіє фоновими знаннями, є прецедентні феномени. Прецедентні феномени, до яких відносяться прецедентні імена, ситуації, тексти, висловлювання, поєднують в собі експресію й стандарт і разом з іншими експресивними засобами формують мовну картину світу носія мови. Використання прецедентних текстів є яскравим прикладом відображення національно-культурної специфіки мовної спільності, а також дозволяє посилити вплив на адресата і вирішити основне завдання газетної публікації – найбільш точно передати певну інформацію.

Д. Б. Гудков тлумачить термін «прецедентні феномени» як особливу групу вербальних феноменів, що належать до національного рівня прецедентного, оскільки вони пов'язані з колективними інваріантними уявленнями конкретних «культурних предметів» [4, с. 106].

Згідно Д. Б. Гудковим, прецедентне ім'я 1) належить до всесвітньо відомого літературного твору, є головним героєм чи його антиподом (напр., Дон Кіхон, Гобсек), або 2) представляє ситуацією, широко відомо мовній спільноті (напр., Колумб, Менделєєв), або 3) є ім'я-символ історичної постаті, що вказує на деяку унікальну, еталонну сукупність певних якостей, талант людини (Бетховен, Да Вінчі) [4, с. 108].

Активне використання прецедентних феноменів у текстах публіцистичного стилю обумовлене сучасними тенденціями преси, а саме прагненням до її інтелектуалізації. Вживання прецедентних феноменів ускладнює зміст висловлювання і процес його осмислення але в підсумку,

тому читач для того щоб зрозуміти авторський задум, слід прикласти інтелектуальні зусилля [44].

Прецедентні імена та назви займають проміжну ланку між іменами власними і загальними. Зберігаючи зв'язок з носієм імені, вони наближаються до власних назв, проте залишаються в статусі загальних назв завдяки своїми функціонально-семантичними характеристиками. Стаючи носіями ряду сталих якостей, визначеного кола характеристик, прецедентні імена виступають образами-символами, героями чи антигероями. Особливістю використання прецедентних імен є їх територіальна обмеженість в рамках національно-культурної специфіки [11, с. 44].

*«Mariano Rajoy se anunciaba en los carteles cuando aún no había tomado la alternativa en las elecciones que le llevaron a la Presidencia del Gobierno, como si fuera **Juan Belmonte**, al que llamaron **El Pasma de Triana**. Tenía gran entusiasmo por las catástrofes que nos asolaban, convencido de que acortaban la distancia que le separaba de La Moncloa»* [51]. У цьому прикладі журналіст не дає ніяких пояснювальних коментарів щодо вживання прецедентного імені Хуана Бельмонте Гарсія, так званого Пасмо де Тріана, адже для будь-який іспанський мешканець зрозуміє що йдеться про іспанського тореадора, одного з найвідоміших тореадорів свого часу і, який вчинив революцію в мистецтві кориди на початку ХХ століття. Тому саме з ним порівнюють іспанського політика, лідера Народної партії з 2004 року Маріано Рахой Брей, який після перемоги на виборах 2011 року очолив уряд Іспанії й сформував новий склад уряду.

В наступному прикладі: *«No sólo pasará a la historia local como el peor alcalde de la democracia, sino por ser el **Boabdil** del siglo XXI: llorará como un cobarde por lo que no supo defender como alcalde de la ciudad»* [52] Абдалл Мухаммад бен Алі, більш відомий як Боабділ, останній мавританський султан Гранади і глава династії Насрідов, який 2 січня 1492 року і передав ключі від міста та Альгамбри католицьким монархам Фердинанду II Арагонському й Ізабеллі I Кастильської, після цього настав кінець життя



мусульманської Іспанії й поразкою Боабділа закінчилася Реконкіста в кінці XV століття. Використання прецедентного феномену в вигляді посилення на мавританського царя Боабділа використовується для опису жахливого правління мера міста.

Прецедентні імена посилюють експресивність публіцистичного тексту та його комунікативну спрямованість, оскільки таким чином автор запрошує читача до активної взаємодії, із пасивного отримання інформації він стає співавтором. За кожним з імен стоїть сукупність характеристик та певних якостей особистості, пов'язані з подіями їхнього життя, широко відомі усій читацькій аудиторії, і які викликають певні асоціативні зв'язки в національно-колективному просторі [10, с. 126].

Так, наприклад: «*Los titulares de estos días hablan de la subida del desempleo a unas tasas descomunales: nos situamos en un 11,3por ciento de la población activa. Con esta guisa, aparecen en escena el señor Fidalgo, así como el señor Méndez, con la cantinela de siempre. El primero, dando por hecho que esto del crecimiento del paro era esperado y que él ya lo había previsto -con una leve sonrisa, ciertamente placentera-, y el otro **Cid Campeador** de los trabajadores, cargando las tintas contra los empresarios y dando por hecho que están despidiendo a gente aprovechando la coyuntura actual*» [58]. Сід Кампеадор – національний герой іспанського епосу, він є уособленням патріотизму, мужності, хоробрості. У наведеному фрагменті статті йдеться про зростання безробіття величезними темпами й демонструється різниця у відношенні до цієї ситуації з боку заможних громадян. І саме сеньйор Мендес діє як Сід Кампеадор, стаючи на сторону простого народу та захищаючи його.

О. О. Наумова вказує, що прецедентні тексти складають досить велику частину національно-мовної свідомості і здатність оперувати подібними текстами є однією зі складових володіння рідною мовою. Ця здатність – результат розвитку мовної особистості в певній культурному середовищі. Для носія мови наявність будь-якої алюзії до прецедентного тексту буде

достатньо, щоб ідентифікувати укладений в ньому символічний зміст, так званий «лінгво-культурний концепт». У той же час для іноземця така «операція» виявляється не під силу, якщо даний пласт культури, що вивчається не вивчений ним паралельно з оволодінням граматиною і лексикою [13, с. 20].

Д. Б. Гудков зазначає, що під прецедентним текстом (ПТ) розуміється текст добре знайомий будь-якому члену певного лінгво-культурного співтовариства [4, с. 107]. Джерелом прецедентних текстів є фразеологічні одиниці, афоризми, назви фільмів, книг, пісень, фрагменти рекламних роликів, які стали відомі висловлювання громадських діячів, політиків та ін. [17, с. 74].

Наведемо приклади використання ПТ у заголовках іспанської преси:

- «*Mujeres al borde de un ataque de ... los críticos de Broadway*» [54] – це змінена назва художнього фільму всесвітньо відомого іспанського режисера Педро Альмадовара «*Mujeres al borde de un ataque de nervios*»;
- «*Corazón partío*» [70] – фраза з пісні Алехандро Санса «*Corazón partío*»;
- «*Si bebes, no conduzcas (otra vez)*» [63] – слова соціальної реклами, яка забороняє сідати за кермо після прийняття алкоголю;
- «*Feliz día nuevo. Un sueño reparador, un desayuno en condiciones o un sencillo plato de brócoli. Así luchamos contra la fatiga*» [49]. Дана стаття інформує про способи боротьби з втомою, про підтримку гарного настрою. Залучення уваги читача досягається шляхом використання новорічного привітання, але в зміненому вигляді: замість *Feliz Año Nuevo* («З Новим Роком!») ми бачимо *Feliz día nuevo* («З новим днем»).

Доповнений легко впізнаваними образами, газетний текст привертає асоціативні зв'язки. Часто журналісти користуються прецедентними текстами

з метою іронічного висміювання і засудження будь-якого явища, позиції критикованого автора. Звичні фрази народжують нові сучасні образи, але «грають» вони саме на тлі старого, впізнаваного [18, с. 251].

Наведемо приклади з іспанської преси: «*El Indiana Jones español*» [68]. Стаття з цим заголовком розповідає про «іспанського Індіану Джонса», який, як тільки отримує сигнал тривоги, поспішає на допомогу, незважаючи на небезпечні обставини, що характерно і для кіногероя.

«... *el trágico amor del monarca portugués D. Pedro I y la dama gallega Inés de Castro, conocidos como el **Romeo y Julieta** ibéricos*» [59] – «... трагічне кохання португальського монарха Д. Педро I та галицької дами Інес де Кастро, відомих як Піренейські Ромео та Джульєтта». У статті іспанської журналістки Вірджинії Лопес розповідається про шлюбні відносини представників іспанських та португальських королівських династій, а саме про любовні відносини португальського короля дона Педро I та дами з Галісії Інес де Кастро, які були прозвані Ромео та Джульєтта внаслідок трагічного фіналу їх кохання. Проте людина яка не належить до іспаномовного середовища, не проживає у цій країні та перший раз чує про існування цих людей, навряд чи зрозуміє таке порівняння й зможе провести паралель між літературними героями й реальними королівськими особами.

У сучасних текстах, особливо в ЗМІ, явно відчувається тяга до переосмислення старих мовних структур, бажання переінакшити відомі вирази, вільно пограти зі словом. Прецедентне слово виявляється розгаданим лише при наявності певних фонових знань. Адже, звертаючись до культурної пам'яті, носіями якої вони є, ПС забезпечує відчуття приналежності до тієї ж соціально-культурної групи, до тієї ж нації. Адже воно дозволяють виразити новий зміст через призму картини світу, ментальності, соціально-культурної історії даного народу [19, с. 27].

Заголовок «*A mal tiempo, empleo verde*» [74] сходиться до іспанської приказки «*A mal tiempo, buena cara*» («робити гарну міну при поганій грі»). Дана стаття оповідає про те, що в період кризи багато громадян США, що

залишилися без роботи, вступили до лав «зелених» і займаються екологічно корисною справою: озелененням міст, поширенням сонячної енергії і т.д.

Для того, щоб зрозуміти сенс отриманого заголовка, необхідно знати вихідне висловлювання і вміти відновлювати відношення між прецедентним текстом і новим змістом, що з'являється в іншому контексті. Адекватне прочитання даного висловлювання залежить, в більшій мірі, від рівня культурної та лінгвістичної компетенції читача. Саме в цьому найбільш яскраво проявляється національно-культурна спрямованість тексту. Таким чином, реципієнт бере участь в постійній «грі»: спочатку знайти паралель між цим заголовком і прецедентним висловлюванням, а потім зв'язати обидва змісту, для цього необхідно прочитати всю статтю. Цей складний інтелектуальний і розважальний процес має особливу комунікативну спрямованість, оскільки вимагає здійснення зміни, переосмислення чи актуалізації вихідного тексту.

Наведемо ще один приклад зміни форми сталого виразу, що служить народженню нового змісту: «*Sobre gustos se escribe todo*» [55] сходить до приказки «*sobre/de gustos no hay nada escrito*» («про смаки не сперечаються», буквально: «про смаки нічого не написано»), але вираз був повністю змінений й набув нового значення: «*Про смаки пишуть все (що хочуть)*», яке розкривається в тексті самої статті, що розповідає про різні смакові переваги в мистецтві.

Заголовок «*Comer es poder*» [77] інформує про виставку предметів харчування і ритуалу споживання їжі. Тут дієслово *comer* («їсти», «обідати») стоїть на місці дієслова *saber* («знати») та трансформує прислів'я «*Saber es poder*» («Знання – сила»).

Особливої уваги, на нашу думку, заслуговує наступний приклад: «*Venezuela sin salida*» (Венесуела в глухому куті) [71]. В іспанській мові словосполучення *glухий кут* з'являється тільки у вигляді стійкого вираження *callejón sin salida* (досл. провулок без виходу). В даному випадку ми спостерігаємо заміну одного з постійних компонентів фразеологізму на назву

конкретної країни. Таким чином, сталий вираз розпадається, а безвихідність становища Венесуели виявляється більш очевидною для читача. Отже, трансформований фразеологізм стає семантичним конденсатом, в якому вивільняється пряме значення, важливе для даного контексту.

Взагалі існують різні способи використання прецедентних текстів, при яких відбувається реконтекстуалізація та реінтерпретацію висловлювання. Іспанська лінгвіст С. Уртадо Гонсалес виділяє наступні види використання прецедентного феномену в текстах публіцистики [30, с. 70]:

- заміна одного зі складових елементів вихідного тексту (наприклад, слова): У заголовку «*Fernando el Católico*» [53] спостерігається фонетичне зміна слова «*católico*», яке автор статті вибирає для того, щоб викликати у читача асоціацію імені видатного іспанського пілота Формули-1 Фернандо Алонсо з Католицьким королем;
- додавання або відсікання будь-якого лінгвістичного елемента (фонетичного, граматичного або лексичного) вихідного висловлювання, наприклад: в статті під заголовком «*Ya hay luz al final del túnel*» [72] мова йде про 33 чилійських шахтарів, які після 66 днів ув'язнення в заваленій шахті нарешті побачили світло в кінці тунелю. Але, насправді, це було не світло, а іскри від роботи перфоратора, що пробиває прохід для визволення шахтарів, і не кінець тунелю, а початок того пробивання отвору, яке зайняло б ще 3 дні. Для надання більшої впевненості якомога швидшому звільненню чилійських робітників автор статті до відомого висловлювання «*La luz al final del túnel*» (букв.: «світло в кінці тунелю») додає дієслово *hay* («є») і прийменник *ya* («вже»), акцентуючи цим на благополучне завершення справи;
- зміна порядку слів вихідного тексту (інверсія), наприклад: заголовок «*Aznar lleva la fama, el PSOE carda la lana*» [58] основа якого – стійкий виразі «*unos cardan la lana, otros llevan la fama*» («одні

працюють, інші отримують славу»), але спостерігається зміна порядку слів для більшої емпатизації оцінного значення.

Таким чином, ми можемо стверджувати, що прецедентні вислови, які використовує журналіст у газетному тексті, збільшують його експресивно-стильові можливості, залучаючи, таким чином читачів не тільки до пасивного читання, але й до активної розумової діяльності. З точки зору смислового навантаження, прецедентні феномени можуть служити для роз'яснення авторського задуму, пояснення або доказу його основної думки за допомогою певної фактичної інформації. Основними джерелами ПФ є літературні тексти, історичні особистості та події, тексти пісень, реклами, кінофільмів та ін. Основний посыл публіцистичних текстів, який спрямований на інформування та вплив на читача в рамках економії обсягу тексту, є основною причиною активного використання прецедентних феноменів, які окрім своєї оригінальності та мовної експресії формують картину світу носія мови та слугують джерелом засобом лінгво-культурної інформації.

### **3.2 Використання фразеологізмів як складових елементів мовної картині світу**

Яскраво виражена експресивність і емоційно-оцінне значення фразеологізмів дозволяють використовувати їх в різних стилістичних цілях: для посилення експресивного забарвлення та виразності мовлення, створення ефекту іронічності. Оскільки фразеологізми володіють яскравою образністю, стилістичним забарвленням, це створює передумови для їх використання в експресивної, і, перш за все, в художній та публіцистичній мові [22, с. 47].

Крім цього фразеологічні одиниці відкривають для носіїв мови завісу національної ментальності, її морально-етичний кодекс, систему неусвідомлених національних стереотипів [20, с. 94].

ФО властива висока ступінь метафоричності, особливий емоційний та експресивний потенціал. Через цетвони стали обов'язковими стилістичними компонентами газетно-публіцистичних текстів [31, с. 200]. Специфіка

вживання ФО в сучасних іспанських періодичних виданнях визначається інформаційно-змістовною функцією повідомлення. Наведемо наступні приклади: «*Fue la gota que colmó el vaso de la paciencia de Génova, que decidió de inmediato suspenderlo de militancia, con lo que a la vez dejaba en evidencia a Camps*» [50], («остання крапля терпіння»); «*...sabe bien que sólo un clavo saca otro clavo y el Barcelona necesitaba la victoria en Kazán para curar la derrota ante el Rubin hace quince días*» [79] («клин клином виганяють»).

«*Era el último mono.* (дослівно «я був останньою мавпою»). *Me llamaban de usted. Me marginaban. Pero yo no me manifesté con un cartel de "Sí al aborto"*» – («Я був нулем без палички. Мене називали на "Ви". Мене принижували. Але я не вийшов з плакатом «"Так" абортам»») [56].

«*El equipo económico se ha agarrado al clavo ardiendo* (дослівно «схопилася за розпечений цвях») *de que las estadísticas del último trimestre han sido mejores que los avances publicados por el Banco de España*» – Команда економічного розвитку **хапається за зілиночку** статистичних даних, які в останньому кварталі були кращими за прогнози Іспанського Банку [63].

У вищенаведених прикладах завдяки використанню фразеологізмів чого посилюється емоційно-експресивна складова тексту, виникають оригінальні метафори, які не тільки впливають на читача і допомагають автору висловити свою точку зору, але і стають джерелом експресивного ефекту, в результаті чого досягається виконання відразу двох основних функцій медіа-повідомлення: інформування та емоційний вплив на читача.

Таким чином, ми бачимо, що «фразеологічні багатства мови оживають під пером талановитих публіцистів і стають джерелом нових художніх образів, жартів, несподіваних каламбурів» [12, с. 47].

Найчастіше журналісти перетворюють фразеологізми, які мають найбільш високий ступінь стійкості лексичного складу та яскраво виражену експресивну забарвленість. Зміни в першу чергу залежать від ступеня спаяності компонентів [16, с. 469]. Ще Ш. Баллі зазначав, що використання фразеологічної одиниці в незвичайній формі підсилює її експресивність,

адже порушення звичних форм мови не опосередковано вносять різноманітність [1, с. 304]. При цьому структурні та семантичні зміни, порушуючи узуальні зв'язки, оновлюють ФО, збагачують її новими смисловими відтінками, розширюють її семантичний та стилістичний спектр.

Заголовок «*El medio es el remedio*» [70] є фразеологізмом, з українським відповідником «проти лому немає прийому». При цьому в іспанському тексті можна спостерігати таку груз і значенням слова: слово «*medio*» багатозначне, і в заголовку воно використовується як частина ФО і може бути переведено як «*спосіб, прийом, засіб*», а в тексті статті реалізується інше значення цього слова – «*засіб масової інформації*». Отже, на основі гри з омонімами заголовок може бути наповнений двома смислами: в статті автор говорить про те, що розвиток засобів масової комунікації і нових технологій (загальнодоступний Інтернет, електронні карти оплати і т.д.) може стати засобом вирішення внутрішніх проблем країни. При цьому перше значення («*medio*» як «*прийом, спосіб*») реалізується ще до прочитання тексту статті, а друге («*medio*» як «*засіб для досягнення чогось*») – вже після знайомства з її змістом. Таким чином, гра з омонімами дозволяє автору статті наповнити заголовок двома смислами.

На нашу думку, цікавим є також і наступний приклад: «*Barack Obama aprovechó ayer que la herida sigue fresca para, con el dedo metido en la llaga* (дослівно «*палець, що турбує язву*»), *reclamar una drástica reforma de la regulación financiera, antes de que todo se olvide*» [67]. Автор статті повідомляє про президент Обама, який заявив, що рана, «посипана сіллю», ще залишається відкритою, і необхідно рішуче і негайне приведення в порядок фінансової системи. Автор використовує в своїй статті трансформований фразеологізм «*сипати сіль на рану*» («*poner el dedo en la llaga*») в значенні вже доконаного факту, а не процесу (в тексті статті – «рана з насипаної на неї сіллю»).

У наведеному фрагменті: «*La extraña supernova que se metió en nuestros huesos*» (дослівно «*пробрала до кісток*») [61] відбувається актуалізація



прямого значення ФО. Стаття присвячена тому, що вчені відкрили новий вид спалахуючих зірок, які можуть допомогти розгадати деякі таємниці будови Всесвіту, а також пояснюють наявність кальцію в скелеті людини. Автор вживає розмовний фразеологізм «*пробраті до кісток*» («*meterse en los huesos*»), в результаті мовної гри отримує інше змістовне наповнення: метафоричне значення «*пройняти наскрізь*» (напр., страх, мороз т.п.) поступається місцем прямому значенням (хімічна речовина в результаті певних астрономічних процесів увійшло до складу людських кісток).

«*La única defensa posible hoy es exigir que las cuentas estén claras, y que se acabe el show de la primera piedra*» [52] – «На сьогоднішні єдиний можливий захист – це просити ясних рахунків і закінчення шоу першого каменю». Дана стаття присвячена безглуздим будівельних робіт, які абсолютно несподівано, а іноді і вночі, таємно проводилися в Мадриді напередодні виборів з метою отримання більшої кількості виборчих голосів. На це будівництво (в тому числі нікому незрозуміле переміщення статуї Колумба) було витрачено багато коштів, тому автор статті говорить про те, що, по-перше, уряд повинен оголосити реальний розмір витраченої суми, і, по-друге, припинити це «шоу першого каменю», тобто відкриття нікому не потрібних будівництв. У наведеному вище прикладі первинні форма і значення фразеологізма «*кинути перший камінь*», тобто засудити когонебудь, трансформується і використовується в своєму прямому значенні – закласти камінь, тобто почати будівництво.

Використання ФО в публіцистичному дискурсі активізує образно-асоціативне мислення, реалізується культурно-семантична модель дискурсу. Використання безеквівалентних ФО, є надзвичайно цікавим з точки зору лінгво-культурологічного дослідження, адже вони є основою створення фонові національно-культурної інформації, відображають ментальність носіїв мови [9, с. 145].

Наприклад, стаття зі заголовком «*Más papista que el Papa*» [69] інформує про понтифіка Luis Magrinyà, якого чекає славетне майбутнє у ролі

автора енцикліка «Lumen fidei», який вже потрапив до списку бестселерів у багатьох країнах, де більшість жителів – католиків, на сторінках якого висвітлюються аморальні проблеми суспільства, що суперечать законам віри, критикується мафіозна поведінка чиновників та ін. ФО «*ser más papista que el papa*» (бути більшим католиком ніж папа (Римський), тобто бути занадто захопленим якоюсь справою), при заглибленні в семантику якого розкривається історико-культурна інформація народу-носія мови, тобто інформує про поширеність католицької віри в Іспанії, впливу папи Римського як символу непохитної віри, святості.

Фразеологізми, що передають комплекс етно-спецефічної інформації та культурно-історичних знань, а саме стосовно світоглядної позиції певного соціуму, системи моральних цінностей та естетичних оцінок являються одним з основних джерел національно-культурної інформації [8, с. 49]. Серед ФО, що відображають своєрідність іспанського менталітету, виступають як фонові знання стосовно національних традицій нами були розглянуті наспутні:

«*Ahora hay que buscar sustituto, y el que más suena es Viktor Jristenko, que ya fue viceprimer ministro en el gobierno de Serguei Kiriyenko, a quien Yeltsin convirtió en **cabeza de turco** de la crisis financiera de agosto de 1998*» [49] – Тепер потрібно знайти заміну і такою заміною скоріш за все буде Віктор Христенко, віце-прем'єр міністр в уряді Сергія Кириєнка, якого Єльцин зробив козлом відпущення під час фінансової кризи в серпні 1998 року. Український відповідник ФО «*cabeza de turco*» (дослівно «голова турка») – «козел відпущення». Зазвичай «козлом відпущення» називають людину, на яку постійно звалюють чужу провину; яка незаслужено несе відповідальність за гріхи інших. Прикладом використання тож самого фразеологізму може слугувати стаття «Cabeza de turco» [67] у якій йдеться про Маноло Саїза, який до 2006 року був директором ONCE – професійної іспанська велосипедної команди, яка модернізувала велоспорт та досягла найбільших перемог Тур де Франс. Проте з 2006 року життя розкололося навпіл, він був

заарештований у зв'язку зі скандалами Operación Puerto є одним з головних обвинувачених у вживанні анаболічних стероїдів. про Маноло Саїза розпочав інтерв'ю вразою: «*Soy un cabeza de turco*».

Проте, ми вважаємо за доцільне зауважити, що специфічна семантика, яка притаманна ФО з національно-культурним компонентом ускладнюють процес інтеркомунікації, адже вона стає недоступною для представників іншої мовно-культурної спільноти, у випадку з іспанськими фразеологізмами це стосується тематики пов'язаною з коридою.

Так іспанський фразеологізм «*cortarse la coleta*» (дослівно «відрізати косичку тореро») не має ідентичних відповідників в українській фразеології, проте ми можемо перекласти його як «*закинути якусь справу*». В статті під заголовком «*Cortarse la coleta*» висвітлюються економічні проблеми Іспанії, критикується правління уряду [77]. На початку статті Іспанія порівнюється з другою хвилею коронавірусу («*España sufre lo que para cualquier observador semeja una segunda ola del coronavirus*»), також повідомляється про те, що Іспанія має найгірші показники ВВП в ЄС, через те, що вони впали на 18,5% («*Además, hace solo siete días se supo que nuestro PIB había caído un 18,5%, el peor dato de la UE*»), окрім цього автор акцентує увагу на високому рівні безробіття, особливо серед молоді. Основна мета цього повідомлення – привертання уваги до того факту, що іспанський уряд начебто «*закинув процес управління країною*» в сфері внутрішньої економіки.

Розглянемо інший приклад, який, на нашу думку, є дуже цікавим ФО «*agarrar al toro por los cuernos*» – «*схопити бика за роги*». «Animalistas piden cambiar "agarrar el toro por los cuernos" por "agarrar la flor por las espinas"» [64], останнім часом, окрім руху за гендерну рівність, все більших обертів набирає, так званий рух «аніمالістів» у соціальних мережах, які пропонують припинити використання «мови проти тварин», адже більшість іспанських фразеологізмів містять назви тварин. Таким чином, вони радять замінити вислови «схопити бика за роги» на «схопити квітку за колючки» («*agarrar al toro por los cuernos*» – «*agarrar la flor por las espinas*»), вислів «як кіт з

собакою» на «погано ладити» («*como perros y gatos*» – «*llevarse mal*»), «*no seas gallina*» (досліно «не бути куркою») на «*no seas cobarde*» (дослівно «не будь боягузом»).

ФО «*a más moros mas ganancia*» (дослівно «чим більше маврів, тим більше прибутку») носить історико-культурний характер адже використовувався в період іспанських війнах з маврами протягом VIII ст., щоб зневажати ризики, стверджуючи, що чим більша складність, тим більша слава триумфу, тому означає «чим більше труднощів, тим більшою є винагорода». Так у статті «*Bravuconadas de los españoles: las respuestas más fanfarronas de los Tercios de Flandes*» [73] говориться про те що, жодна нація, окрім іспанської, не була такою талановитою у проголошенні своєї бравади та підтримці її зброєю. Для підтвердження наводиться реальний випадок із молодим солдатом, який через свою недосвідченість був наляканий навалом маврів: «*¡Jesús! ¿Y con tantos Moros hemos de pelear?*». На що досвідчений воїн відповів йому: «*Calla, bisoño; a más gente y moros, más ganancia y gloria*» (Тише, новачко; більше людей і маврів, більше прибутку і слави).

У статті під заголовком «*Gato por liebre y mastín por león: lo llaman picardía y tradición*» [77] – «Кота за зайця та вівчарку за лева: це називають плутощами і традицією» з метою залучення уваги читача використовується, крім фразеологічної одиниці (*dar gato por liebre* – «продати kota в мішку, обдурити», досл. «видати кішку за зайця»). У статті розповідається про китайський зоопарк, де тибетських вівчарок видавали за левів та про італійський цирк, де в якості панд виводили пофарбованих у чорно-білий колір собак чау-чау. Автор говорить про те, що це глобальне явище, яке дуже поширене в Іспанії, де обдурити добродушну людини входить в «традицію», навіяну плутощами героя середньовічного твору «Ласарільо з Тормеса». Здебільшого такі заголовки виражають суб'єктивну думку автора статті або відповідають ідеологічній спрямованості газети.

Характерною особливістю функціонування ФО в іспанських газетних заголовках є їх вживання в усіченому вигляді: тільки перша частина або

тільки друга, наприклад саття під назвою «*Sembrando vientos*» [71] – Хто сіє вітер («*quien siembra vientos, cosecha tempestades*» – посієш вітер – пожнеш бурю) повідомляє, що після кількох тижнів дебатів Сенат Франції ухвалив пенсійну реформу, проголошену президентом Ніколя Саркозі, яка подовжує законний вік виходу на пенсію з 60 до 62 років у жінок та з 65 до 67 – у чоловіків, що викликало шквал незадоволень з боку французьких пенсіонерів.

Перша частина ФО, використана в заголовку, продукує в свідомості читача відсутню частину висловлювання, тобто опущення другої частини ФО в заголовку тексту не викликає втрати сенсу. Це привертає увагу читача, встановлює з ним контакт, викликає у адресата почуття довіри, наштовхує на висновок нібито не авторський. Саме у таких випадках найчастіше необхідно прочитати весь текст статті для одержання повної інформації, тобто заголовок в даному випадку виконує найкращим чином свою головну функцію – привернути увагу читача і спонукати до прочитання.

Тож хотілося б підсумувати, що в іспаномовних публіцистичних текстах спостерігається активне вживання ФО через їх виразність на експресивність. Крім того, журналісти зазвичай змінюють їх, використовуючи в трансформованому вигляді особливо, якщо вони використовуються в заголовках. Найбільшу складність для сприйняття представляють ФО, які не мають еквівалентів у рідній мові реципієнта.

## ВИСНОВКИ

За результатами нашого дослідження ми дійшли наступних висновків, що: характерними особливостями публіцистичних текстів є: інформативність, широкий тематичний спектр статей, об'єктивність, достовірність та чіткість викладеної інформації, синтез розважального та інформативного, активне використання запозичень, інтернаціоналізмів й неологізмів, поєднання експресивної та нейтральної лексики.

Аналіз іспаномовних публіцистичних текстів свідчить про те, що специфічними лексичними особливостями є: використання аббревіатур для позначення наз організацій, компаній, установ та розмовних скорочень слів, що обомовлено мовною компресією; запозичених слів – зростання іншомовної лексики відбувається в першочергу за рахунок англійської мови, яке пов'язане з розвитком сфери технологій, економіки та спорту та завдяки окремим вкрапленням з мов деяких регіонів Іспанії (особливо країни Басків); синонімічних рядів; слів зі зменшувальними суфіксами; неологізмів.

Серед найбільш виразних граматичних особливостей іспаномовних текстів нами були виділені такі: переважання неповних та іменних речень; часте використання еліпсу різних видів, а саме: опущення артикля, іменника, додатка, дієслова-присудка, навмисний пропуск прийменників та сполучників без наявних допоміжних орфографічних гнаків, що обумовлене моноєю економією; переважання простого теперішнього часу (*Presente de Indicativo*) та його специфічної форми історичне сьогодення (*Presente histórico*) для вказівки на актуальність і близькість по подій, що описуються та майбутнього часу (*Futuro de Indicativo*) для опису подій з точною достовірністю; використання умовного способу *Subjuntivo* для створення ефекту урочистості та книжкового ефекту; безособове інформування, що здійснюється за рахунок присудка у третій особі множини; непрямий порядок слів за для підкреслення результативності дії.

На основі аналізу іспаномовних публіцистичних текстів ми дійшли до висновку що, використання прецедентних феномнів та фразеологічних

одиниці збільшують виразність текста, активізуючи розумову діяльність читача за його розуміння. Прецедентні феномени служать джерелом лінгво-культурної інформації інформації, експресивно впливають на читача, слугують роз'ясненням авторського задуму. Серед основних джерел прецедентних феноменів можна виділити історичні особистості та події, літературні тексти, пісні, кінофільми. Журналісти часто використовують як фразеологічні одиниці, так і прецедентні феномени у трансформованому вигляді для створення відчуття новизни.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балли Ш. Французская стилистика. М.: Изд-во иностранной литературы, 1961. 394 с.
2. Волкотруб Г.Й. Практична стилістика української мови: Навчальний посібник. Тернопіль, 2004. 256 с.
3. Гладкий М. Д. Мова нашої преси. Проблема культури українського слова. Київ: Держ. вид-во України. 2000. №6. С. 61–68.
4. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: ИТДГК “Гнозис”, 2003. 288 с.
5. Зубков М. Г. Сучасне ділове мовлення. Харків: Книжковий Клуб, 2007. 488 с.
6. Івко О.М. Основи комунікативно-мовної культури, 2012. № 16–18. С. 4.
7. Коваль А.П. Культура ділового мовлення. К.: В-во "Вища школа", 1997. 296 с.
8. Коновець С.П. Деякі національно-культурні особливості фразеології (на прикладі іспанської та української мов). *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Іноземна філологія*. 2001. Вип.31. С.47-49.
9. Коновець С.П. Національні та інтернаціональні аспекти фразеології // Наукова спадщина професора Ю.О.Жлуктенка та сучасне мовознавство. Збірник наукових праць. К., 2005. С.144-147.
- 10.Красных В. В. Этнопсихолінгвістика и лингвокультурология. М.: ИТДГК “Гнозис”, 2002. – 284 с.
- 11.Кривенко Б. В. Язык и массовая коммуникация. Воронеж: Изд-во Воронежск. гос. ун-та, 1993. 137 с.
- 12.Кривенко Б.В. Фразеология и газетная речь. 1999. № 3. С. 44—49.
- 13.Наумова Е.О. Особенности функционирования прецедентных текстов в современном публицистическом дискурсе: автореф. дисс. На соискание уч. степени канд. филол. наук. М., 2004. 20 с.



- 14.Плотницька І.М. Ділова українська мова: Навч. посіб. К.: Міленіум, 2001. 315 с.
- 15.Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови. К. : Либїдь, 1999. 240 с.
- 16.Ремчукова Е.Н. Некоторые коммуникативные и стилистические особенности креативных феноменов. 2010. № 6. С. 466–471.
- 17.Ремчукова Е.Н., Шевченко О.А. Прецедентные тексты как одно из лингвокреативных средств в современных печатных СМИ России и Испании. Cuadernos de Rusística Española, Universidad de Granada, 2014. С. 71—75.
- 18.Сингаївська Г.В. Використання семантичного потенціалу прецедентних імен в іспаномовному газетному тексті: зб. наук. праць. К.: Вид-во КНУ, 2012. Вип. 22. С. 242-260.
- 19.Слышкин Г.Г. От текста к символу. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. М., 2000. С. 27.
- 20.Abellan J.L. Los españoles vistos por sí mismos. Barcelona: Factoria Ediciones, 2009. 147 p.
- 21.Alarcos L. E. Lenguaje de los titulares . Lenguaje en periodismo escrito. Madrid, 2001. 137 p.
- 22.Alex G. El estilo del periodista. Madrid: Taurus, 2007. 267 p.
- 23.Alex G. El estilo del periodista. Madrid: Taurus, 2007. 87 p.
- 24.Bastenier M. El blanco móvil. Curso de periodismo, México: El País, 2001. 106 p.
- 25.Carricaburo, N. Las fórmulas de tratamiento en el español actual. Madrid, 2017. 173 p.
- 26.Casado V. M. Semiótica de los titulares: pautas para el análisis de los textos periodísticos. Madrid, 2000. 318 p.
- 27.Fernández S. Historia del periodismo español. Madrid: Editorial Síntesis. 2016, 409p.

28. Gloria G. R. Terminología, Neología y Traducción. Barcelona: Facultad de Traducción e Interpretación Universidad Autónoma de Barcelona, 2019. 183 p.
29. Gómez M. Los titulares en prensa. Barcelona: Mitre, 2015. 124 p.
30. Hurtado G. El uso del lenguaje en la prensa escrita. Universidad de Valladolid, 2003, p. 62-79.
31. Joaquín G. M. La lengua de los medios de comunicación. Madrid: Servicio de publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid, 2011. 248 p.
32. Lapesa R. Tendencias y problemas actuales de la lengua española. Madrid, 2013. 226. p.
33. López H. A. El titular: manual de titulación periodística. México: Alfaomega, 2009. 134 p.
34. Manuel C. de Val Don. Quijote y Cervantes de ayer a hoy: Colección Scripta Academiae. Madrid: Centro Superior de Investigaciones Científicas, 2019. 320 p.
35. Manuel N. Manual de la prensa: estudio histórico de la legislación de prensa en España. Madrid, 2007. 367p.
36. Miranda E., Jorge M. La prensa en la Guerra Civil: Toledo, 1936-1939 Toledo: Diputación Provincial. 2004, 134p.
37. Ramírez A. La historia del periodismo político. Madrid: Editorial Síntesis, 2011. 248p.
38. Sainz D. Historia del periodismo en España. Madrid: Alianza Universidad, 2014. 297p.
39. Sánchez A. Historia del periodismo español, desde sus orígenes hasta 1975. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, 2000. 364p.
40. Serrano-Dolader D. Formación de palabras y enseñanza del español. Barcelona: Ariel, 2005. 237 p.
41. Silva-Corvalán C. Sociolingüística y pragmática del español. Washington, Georgetown University Press, 2001. p. 52-55.

42. Torrego L. G. Gramática didáctica del español. Zaragoza: Libros Pórtico, 2002. 311 p.
43. Ungría G. Grandeza y servidumbre de la prensa. Madrid: Espasa, 2010. 241p.
44. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/58.htm> (дата звернення: 19.05.2021)
45. El diccionario de La Real Academia de la Lengua Española. Madrid: Espasa, URL: <http://www.rae.es/> (дата звернення: 11.10.2021).
46. Pizarroso A. El periodismo en el primer tercio del siglo XX. URL: [10.3989/arbor.2010.extrajunio3005](http://10.3989/arbor.2010.extrajunio3005) (дата звернення: 20.09.2021).
47. Rodríguez L. P. 'Covidiota', 'balconazis', 'cuarenpena' ... los neologismos que nos ha traído la pandemia. URL: [https://verne.elpais.com/verne/2020/04/07/articulo/1586246728\\_179666.html](https://verne.elpais.com/verne/2020/04/07/articulo/1586246728_179666.html) (дата звернення: 10.06.2021)
48. Ramonet I. El poder mediático. Ciberlegenda. URL: <http://www.uff.br/mestcii/ramonet1.htm> (дата звернення: 16.08.2021)

### **ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

49. ABC.es [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.abc.es/> (дата звернення: 09.01.2009)
50. ABC.es [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.abc.es/> (дата звернення: 20.01.2010)
51. ABC.es [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.abc.es/> (дата звернення: 05.07.2010)
52. ABC.es [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.abc.es/> (дата звернення: 18.06.2015)
53. ABC.es [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.abc.es/> (дата звернення: 23. 10.2015)

54. *ABC.es* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.abc.es/>  
(дата звернення: 12.02.2016)
55. *ABC.es* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.abc.es/>  
(дата звернення: 12.04.2016)
56. *ABC.es* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.abc.es/>  
(дата звернення: 27.03.2018)
57. *ABC.es* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.abc.es/>  
(дата звернення: 07.08.2020)
58. *EL MUNDO.es* [Электронный ресурс]. – Режим доступа :  
<http://www.elmundo.es/> (дата звернення: 24.10.2011)
59. *EL MUNDO.es* [Электронный ресурс]. – Режим доступа :  
<http://www.elmundo.es/> (дата звернення: 12.07.2015)
60. *EL MUNDO.es* [Электронный ресурс]. – Режим доступа :  
<http://www.elmundo.es/> (дата звернення: 25.03.2017)
61. *EL MUNDO.es* [Электронный ресурс]. – Режим доступа :  
<http://www.elmundo.es/> (дата звернення: 09.03.2018)
62. *EL MUNDO.es* [Электронный ресурс]. – Режим доступа :  
<http://www.elmundo.es/> (дата звернення: 11.05.2018)
63. *EL MUNDO.es* [Электронный ресурс]. – Режим доступа :  
<http://www.elmundo.es/> (дата звернення: 24.06.2018)
64. *EL MUNDO.es* [Электронный ресурс]. – Режим доступа :  
<http://www.elmundo.es/> (дата звернення: 17.02.2019)
65. *EL MUNDO.es* [Электронный ресурс]. – Режим доступа :  
<http://www.elmundo.es/> (дата звернення: 10.04.2019)
66. *EL MUNDO.es* [Электронный ресурс]. – Режим доступа :  
<http://www.elmundo.es/> (дата звернення: 20.09.2019)
67. *EL MUNDO.es* [Электронный ресурс]. – Режим доступа :  
<http://www.elmundo.es/> (дата звернення: 06.11.2019)
68. *EL PAÍS* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elpais.com/>  
(дата звернення: 02.06.2013)

- 69.EL PAÍS [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elpais.com/>  
(дата звернення: 21.10.2014)
- 70.EL PAÍS [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elpais.com/>  
(дата звернення: 29.05.15)
- 71.EL PAÍS [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elpais.com/>  
(дата звернення: 07.09.2015)
- 72.EL PAÍS [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elpais.com/>  
(дата звернення: 11.01.2018)
- 73.EL PAÍS [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elpais.com/>  
(дата звернення: 12.05.2018)
- 74.EL PAÍS [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elpais.com/>  
(дата звернення: 15.03.2019)
- 75.EL PAÍS [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elpais.com/>  
(дата звернення: 08.05.2019)
- 76.EL PAÍS [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elpais.com/>  
(дата звернення: 15.10.2019)
- 77.EL PAÍS [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elpais.com/>  
(дата звернення: 25.01.2020)
- 78.HOY [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.hoy.es/> (дата  
звернення: 18.01.2010)
- 79.HOY [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.hoy.es/> (дата  
звернення: 20.01.2010)
- 80.LA RAZÓN [Электронный ресурс]. – Режим доступа :  
<http://www.larazon.es/> (дата звернення: 08.01.2015)
- 81.MARCA [Электронный ресурс]. – Режим доступа :  
<https://www.marca.com/> (дата звернення: 12.05.2015)
- 82.MARCA [Электронный ресурс]. – Режим доступа :  
<https://www.marca.com/> (дата звернення: 25.2.2015)
- 83.MARCA [Электронный ресурс]. – Режим доступа :  
<https://www.marca.com/> (дата звернення: 14.07.2016)

84.MARCA [Электронный ресурс]. – Режим доступа :  
<https://www.marca.com/> (дата звернення: 30.01.2017)

## ДОДАТКИ

Додаток 1

### 'Covidiota', 'balconazis', 'cuarenpena'... los neologismos que nos ha traído la pandemia

Esta crisis del coronavirus ha provocado la recuperación de palabras ya existentes y la creación de otras nuevas.

Que el pensamiento no puede tomar asiento lo sabíamos ya gracias a una de las canciones de Aute. Que la lengua tampoco puede, ni debe, sentarse quieta a esperar, lo podemos confirmar simplemente observando cómo se han comportado las palabras del español durante los más de 20 días que llevamos de estancia bajo el estado de alarma.

Pasaron pocas horas desde que el virus se hizo cifra y habitó entre nosotros para empezar a detectar cómo los hablantes, en redes sociales, en los memes de los teléfonos y en las tertulias empezaban a hacerse con palabras que hasta entonces yacían dormidas en nuestro vocabulario: *confinamiento*, *pandemia* y su hermana *infodemia* se han hecho protagonistas de nuestros usos lingüísticos, desplazando a otras más manidas que estaban clavadas en el discurso mediático.

Hemos aprendido que EPI son las siglas de equipo de protección individual, hemos sabido que las mascarillas son *nasobucos* en Cuba y *barbijos* en Argentina y Bolivia; hemos descubierto el significado social de que algo sea *esencial* y nos han enseñado que tenemos una *mano no dominante* que es la que debemos utilizar al salir a comprar. Las resurrecciones léxicas tampoco paran: en las últimas horas nos hemos familiarizado con *desescalar* como sinónimo de 'graduar'.

Al mismo tiempo que hemos despertado a viejas palabras, hemos creado otras nuevas. Cualquier innovación que se registra en una lengua pasa por dos fases: una es la propia innovación y otra, la verdaderamente clave, es la difusión. Innovar lingüísticamente no es tan complejo, pero esa creación queda en nada si no es adoptada por otros hablantes y se generaliza más allá de la persona que inventa. Esa nueva palabra que se crea y, si tiene suerte, se extiende, recibe el nombre de

neologismo. Pues bien, no son pocos los neologismos que han empezado a circular en estos días a causa del maldito coronavirus.

Quizá el más extendido mundialmente en estos momentos es el adjetivo *covidiota*. Tanto en inglés (*covidiot*) como en español (*covidiota*) la palabra lleva al menos diez días designando a aquel que, en estas circunstancias sin duda trágicas, comete irresponsabilidades que perjudican a los demás: ignora la distancia social, extiende bulos, acapara por encima de sus necesidades... De hecho, la cuenta de Twitter de *The New York Times* @NYT\_first\_said, que registra las palabras que aparecen por primera vez en este periódico, documentó *covidots* el 4 de abril, *coronacoma* el día 1 y *anticoronavirus* el 30 de marzo, tres neologismos del inglés causados por la situación que vivimos.

En español han circulado variantes de todo tipo a partir de las palabras comunes hoy: el *covidiota* ha sido llamado también *coronaburro*; al coronavirus lo han llamado *carallovirus*; a la cuarentena, *cuarenpena*, y al confinamiento, *conftamiento* por la ganancia de peso que, a falta de ejercicio físico y dada la ingesta de repostería doméstica, todos vamos a mostrar. Los que ejercen de policías de balcones para insultar a quienes circulan por la calle (sin saber si, por ejemplo son gente que va o vuelve de trabajar o padres de niños con discapacidad) han sido calificados como *balconazis*.

Estas creaciones de vocabulario, neologismos del lenguaje, han empezado a convivir con otro fenómeno igualmente interesante, individual y aún más ocurrente. Al pediatra Alberto García-Salido (@Nopanaden) se le ocurrió a primeros de abril abrir un hilo en Twitter con la etiqueta #covidcionario para que los hablantes de español propusieran nuevas definiciones para palabras que nuestra lengua ya tenía.