

Бобчинець Л. І.,

викладач кафедри романської і новогрецької філології та перекладу  
Київського національного лінгвістичного університету

Корнієнко С. П.,

старший викладач кафедри романської філології та порівняльно-типологічного мовознавства  
Київського університету імені Бориса Грінченка

## ФУНКЦІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ НОМІНАЦІЙ В ІСПАНОМОВНИХ ЗМІ

**Анотація.** У статті проаналізовано експресивну, оцінну, атрактивну, характеризувальну та структурувальну функції фразеологізмів у сучасних іспаномовних публіцистичних текстах. Установлено комплексність функцій фразеологізмів у ЗМІ, переважання оцінних та експресивних характеристик. Виявлено авторські трансформації фразеологізмів, що сприяють появи нових значень.

**Ключові слова:** фразеологізм, функції фразеологізмів у ЗМІ, оцінність, експресивність, оказіональні фразеологізми, авторські трансформації фразеологізмів.

**Постановка проблеми.** Фразеологізми активно використовуються в текстах новин і реклами для привернення уваги читача, експресивного впливу, вираження авторської позиції, оскільки ЗМІ покликані як інформувати, так і емоційно впливати та переконувати. Фразеологічні номінації в іспаномовних публіцистичних текстах є ефективними експресивними та оцінними засобами, які дозволяють стисло й емоційно передати ставлення автора, проінформувати про сучасний стан суспільно-політичної, економічної, культурної і спортивної сфер життя.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Фразеологізми в текстах ЗМІ та реклами вивчалися на матеріалі російської мови (Ю.А. Оніщенко [5], А.І. Казанцев [2]), німецької та української мов (А.В. Марковська [4]). На матеріалі іспанської мови Л.І. Бобчинець вивчала фразеологізми, що походять зі сфери азартних ігор у сучасних публіцистичних текстах [1], проте фразеологічні номінації охоплюють різноманітні теми і потребують постійного аналізу, оскільки саме ЗМІ можуть швидко розповсюджувати інформацію про політичний, економічний стан країни, рекламувати певні товари, послуги тощо. Фразеологізми допомагають стисло, образно й інформативно передати думку. Образність та метафоричність фразеологізмів сприяють емоційному впливу на читача [2, с. 72]. Іспанський лексиколог А. Сулуага, вивчаючи фразеологізми в художній літературі, виділяє такі основні функції: семантико-стилістичну (коментар, пояснення, навчання, аргументація, характеристика персонажа, емоційна оцінка, гумор, сатира), структурувальну або композиційну, поетичну (алітерація, асонанс, паралелізм, повтор, рима), іконічну (образну, метафоричну) [17, р. 634–638]. О.В. Кунін виділяє константні (номінативну, комунікативну та пізнавальну) і допоміжні (дейктичну, директивну, волонтеративну, стилістичну, кумулятивну, оцінну) функції фразеологізмів [3, с. 16]. Зважаючи на те, що комунікативно-прагматична спрямованість текстів ЗМІ є безсумнівною, оскільки призначення текстів новин – повідомляти і формувати певну думку, основними функціями фразеологізмів у публіцистичних текстах є експресивна й оцінна.

**Метою статті** є аналіз функціональних характеристик фразеологічних номінацій в іспаномовних текстах новин. Об'єкт дослідження становлять фразеологізми в іспаномовних публіцистичних текстах. Предмет дослідження – функції фразеологізмів, зокрема експресивна, оцінна, характеризувальна, атрактивна. Матеріал дослідження становлять фразеологічні номінації, дібрані із таких сучасних іспаномовних електронних видань, як [www.elpais.com](http://www.elpais.com), [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es), [www.lavanguardia.com](http://www.lavanguardia.com) тощо. Методи дослідження представлені контекстуальним, інтерпретаційним, семантичним аналізом.

**Виклад основного матеріалу.** За місцем використання фразеологізми в ЗМІ нерідко вживаються у заголовку текстів новин для привернення уваги читача, виконуючи атрактивну й експресивну функції, наприклад: *Villarejo amenaza en una carta a Sánchez con tirar de la manta en su defensa* [16]. Фразеологізм *tirar de la manta en su defensa* / *перетягнути ковдру на свій захист* / *свою сторону* виконує також оцінну функцію, виражаючи негативне ставлення до суб'єкта, який поводить себе егоїстично, урахувавши лише власні інтереси. Саме заголовок є акцентованим, емоційно насиченим, оскільки читач звертає увагу на заголовок, який може викликати бажання прочитати всю статтю.

Характеризувальна функція фразеологізмів виявляє позитивні або негативні якості, дії, вчинки, наприклад: *El futuro del fútbol está en sus manos. La implicación en materia de responsabilidad social de los clubes de La Liga no cesa. Cada vez son más los proyectos en los que trabajan con los más pequeños para que adquieran unos valores que deben mantener a lo largo de su trayectoria deportiva, como el respeto, el compañerismo, el juego limpio y la humildad. Muestra de ello son los proyectos que podrás descubrir a continuación* [9]. У наведеному вище прикладі ми зафіксували вживання двох фразеологізмів: 1) у заголовку *Майбутнє футболу – está en sus manos / в його руках*; 2) у тексті повідомлення: *el juego limpio / чесна гра* (дослівно з ісп. чиста гра) – для позитивної характеристики гри. Саме в текстах політичних та спортивних новин широко вживаються фразеологізми, оскільки спорт і політика передбачають змагання, ризик, тому їм притаманна емоційність, що можна передати за допомогою фразеологізмів, зокрема сфери азартних ігор. Слід указати на важливість культурологічного аспекту – популярності азартних ігор в Іспанії [1, с. 172]. Одним із найчастіше вживаних у заголовках новин фразеологізмів азартних ігор є *abrir las cartas / відкрити карти*, наприклад: *Abre sus cartas Morena para Endomex* [6]. У наведеному прикладі спостерігаємо розширення фразеологізму за допомогою присвійного займенника *sus*, який є дійсним маркером у контексті. Текст статті почина-

ється повтором цієї фразеологічної одиниці із заміною дієслова-синоніма: *La secretaria general de Morena, Yeidckol Polevnsky, destapó dos de sus cartas más fuertes para buscar la candidatura al gobierno del estado de México* [6]. Автор статті використовує повтори для підсилення експресивності. Ми також спостерігаємо розширення фразеологізму *destapó dos de sus cartas más fuertes* / відкрила *dos* свої найсильніші карти.

У заголовку спортивних новин *La Copa da un respiro al Madrid* [12] фразеологізм *da un respiro* / дає *перевести подих* виконує атрактивну та експресивну функції, закликаючи читача до ознайомлення з приємними новинами, адже фразеологізм *dar un respiro* / *перевести подих, відпочити, відчутти полегшення* має позитивну оцінність.

Проаналізуємо інший заголовок тексту новин: *El dinero europeo da la espalda a Cataluña y huye a Madrid: cae un 62%* [7]. У вищенаведеному прикладі фразеологізм *da la espalda* / *показує спину* (Гроші Європи відвертаються від Каталонії і біжать до Мадриду), вжитий у заголовку новин, виконує подвійну функцію, зокрема атрактивну та експресивну.

Заголовок тексту новин покликаний привернути увагу читача, тому вживання фразеологізмів найчастіше виявляємо саме у заголовках: *La mujer pide paso en la Ertzaintza: "La Seguridad no puede estar sólo en manos de hombres". "Es necesario que seamos conscientes de que hace falta que haya más mujeres. Algo tan importante como la seguridad de la ciudadanía no puede quedar sólo en manos de los hombres", dice Elena Sangroniz* [11]. Фразеологізм *estar en manos*, ужитий у заголовку є експресивним засобом, покликаним привернути увагу читача до соціальної проблеми, до місця жінки в суспільстві, до рівноправної праці жінок у поліції. Заголовок є одночасно концентрованим стислим виразом основної ідеї статті.

А. Сулуага вказує на композиційну або структурувальну функцію фразеологізмів у контексті залежно від місця фразеологічної одиниці в тексті (у заголовку, в середині тексту, в кінці тексту або декілька разів у тексті) [17, р. 638]. На нашу думку, йдеться не стільки про структурувальну функцію, скільки про бажання автора передати основну ідею статті чи іншого твору за допомогою такого експресивного засобу, як фразеологізм. Зважаючи на семантику деяких фразеологізмів, можна стверджувати, що їм властива певна структурувальна роль, семантичне значення висновку, вказівки або рекомендації, наприклад, фразеологізм *paciencia y barajar* / *терпіння і ще раз терпіння* (дослівно: терпіння і тасувати), авторство якого приписують М. Сервантесові, може вживатися як у заголовку, так і в кінці тексту, наприклад: *El estado autonómico: paciencia y barajar. La crisis catalana ha hecho tambalearse la creencia de que el Estado de las autonomías había adquirido, más o menos, su forma definitiva. Pero lejos de romper con el sistema hay que aprovechar que la Constitución es reformable* [8]. Заголовок новин (в перекладі: Автономна держава: терпіння і ще раз терпіння) є одночасно і висновком автономного положення Каталонії, яке ще потребує реформи Конституції. Автор виражає скептичне ставлення до автономного положення Каталонії, адже прибічникам повної автономії залишається лише терпіти й сподіватися на краще.

У контексті можливе поєднання декількох функцій фразеологізмів, зокрема атрактивної, оцінної та експресивної, оскільки фразеологізмам притаманний значний експресивний і оцінний потенціал. Слід наголосити на важливості контексту у визначенні функцій фразеологізмів. Не завжди значення фра-

зеологізму, зафіксоване у лексикографічних джерелах, збігається з контекстуальним. Можливі не тільки структурні, а й семантичні модифікації, що потребує додаткового вивчення.

За семантикою фразеологічні номінації, як правило, виражають предмети або абстрактні поняття (*juego limpio, órdago*), здебільшого процеси, стан (*estar en manos*), дії (*tirar la casa por la ventana, abrir las cartas, meter las narices en algo*). В іспаномовних ЗМІ фразеологізми виражені переважно дієсловами, що додає динамічності висловлюванню. Прагматика вживання фразеологізмів зумовлена бажанням автора повідомити про подію і вплинути на формування певного ставлення до цієї події.

Тексти ЗМІ можуть не тільки виявляти додаткові відтінки значень фразеологізмів, а й слугувати джерелом виникнення нових фразеологічних номінацій. Цілком погоджуємося з А. Сулуагою, який ретельно вивчав функції фразеологізмів у художніх творах, щодо необхідності контекстуального аналізу вживання фразеологізмів, оскільки контекст уможливує зафіксувати нові відтінки значення фразеологізму або сприяє розвитку нового значення [17, р. 635]. Фразеологізми, що вживаються в публіцистичних текстах, походять із різних професійних сфер, спеціальної лексики, авторської творчості. Фразеологізми в ЗМІ можуть отримувати в контексті авторську трансформацію або, за словами А. Сулуаги, деавтоматизацію фразеологізму [17, р. 637]. Ми надаємо перевагу терміну *дефразеологізація*, позаяк за аналогією в лінгвістиці є терміни *термінологізація* та *детермінологізація*. У наведеному прикладі *Fueron felices y comieron ... verdura. Algunos supuestos animalistas quieren prohibir referencias a animales en el lenguaje* [13] відбувається розрив шаблону, авторська заміна відомої приказки, якою часто закінчуються іспанські казки: *Fueron felices y comieron perdices* / І жили вони довго і щасливо (дослівно: були щасливими та їли куріпок), оскільки в іспанській мові ця приказка римується. Автор статті описує мовну проблему вживання фразеологізмів із тваринним компонентом, згадуючи про те, що є прибічниками шанобливого ставлення до тварин, які наполягають на тому, щоб фразеологізми, у яких згадується тварина, замінити на інші. У заголовку ми спостерігаємо авторську заміну вищенаведеного фразеологізму з метою не тільки привернути увагу читача, а й висловити іронію щодо таких фразеологічних трансформацій. Таким чином, за допомогою вживання фразеологізмів автор може виражати експресивність, оцінку, іронію, закликати замислитися над свідомим уживанням фразеологічного фонду носіями мови.

Заголовок, що містить фразеологізм як експресивний засіб, привертає увагу читача, викликає зацікавленість щодо прочитання статті: *Soberano corte de Pilar de Borbón a Castellón por meter las narices en el divorcio de Cristina e Iñaki*. Автор цієї статті використовує фразеологізм *meter las narices en el divorcio* / *зачунути свого носа в розлучення* як негативну оцінку щодо втручання журналіста А. Кастильона в приватне життя сім'ї Короля Іспанії. У самій статті новин автор повторно вживає фразеологізм для посилення експресивності: *La hermana del Rey acudió a "Espejo Público" a promocionar su rastrillo solidario Nuevo Futuro y encajó mal que el periodista Alberto Castellón metiera las narices en el inminente divorcio que está preparando la infanta Cristina, según asegura la revista Lecturas* [14]. Фразеологізм *meter las narices*, що виражає негативну оцінку, є скороченням фразеологізму *meter las narices en asuntos ajenos*. У контексті за допомогою *meter las narices en el divorcio* відбувається заміна з конкретизацією того, у що саме втручається журналіст.

Деякі заголовки містять фразеологізм в інфінітиві: *Tirar la casa por la ventana / Розтринькати всі гроші* (дослівно: викинути будинок у вікно). Заголовок виражено фразеологізмом для надання більшої експресивності повідомленню. У тексті статті автор також уживає цей фразеологізм, однак у лапках, підкреслюючи метафоричність виразу: *Y, además, me parece increíble que haya gente a la que no le importe gastar lo que sea para poder elaborar unas cenas de Navidad para las que, pensándolo tranquilamente, tampoco es necesario "tirar la casa por la ventana". Y más en épocas de crisis económica como en la que nos encontramos* [15]. Фразеологізм виконує експресивну та оцінну функції, вказуючи на негативне ставлення автора до величезних витрат, пов'язаних із святкуванням Різдва і підвищенням цін.

За джерелом походження фразеологізми в ЗМІ є інтернаціональними (*estar en manos, abrir las cartas, meter las narices en algo*) та національними (*paciencia y barajar, echar un órdago, ser órdago*, де *órdago* – найбільша ставка гри в мус іспанською колодою карт). Національні фразеологізми зумовлені існуванням таких реалій, як іспанські карти, ігри, які в Іспанії є досить популярними, беручи до уваги спеціальні турніри в мус. Ризик у політичних, економічних та спортивних іграх можна порівняти з азартом, що сприяє вживанню фразеологічних номінацій азартних ігор у текстах ЗМІ, наприклад: *Fernando Pereira gana el órdago a su director general* [10]. У цьому заголовку відбувається семантична трансформація, оскільки автор використовує заміну дієслова, яке традиційно вживається у цьому фразеологізмі *echar / lanzar* на *ganar*, а також використовує означений артикль, який слугує дійсним маркером, уточнюючи те, яку саме велику ставку виграє Фернандо Перейра.

**Висновки.** Фразеологічні номінації в ЗМІ виконують такі функції: експресивну, атрактивну, інформативну, структурувальну, характеризувальну, оцінну. Окрім того, у тексті можливі семантичні та структурні трансформації фразеологізмів, які можуть сприяти розвитку нових значень або відтінків значень. Серед структурних трансформацій виділяємо розширення структури та субституцію компонентів фразеологізму. Не можна гарантувати розповсюдження нових фразеологізмів у загальноживаній мові, вони можуть так і залишитися як оказіоналізми, авторські фразеологізми і не отримати загальнолітературного статусу. Оказіональні фразеологізми слугують для інтенсифікації експресивності повідомлення, вираження особистого емоційного ставлення автора і для емотивного впливу на читача. Зафіксувати виникнення нових фразеологічних номінацій, визначити функції в ЗМІ може бути перспективним у подальших наукових розвідках.

#### Література:

1. Бобчинец Л.И. Семантические особенности фразеологических единиц в лексике азартных игр в испанском языке. *Ученые записки УО «ВГУ им. П. М. Машерова»: сб. науч. тр.* / гл. ред. А. В. Егоров. Витебск : ВГУ им. П. М. Машерова, 2015. Т. 20. С. 171–175.
2. Казанцев А.И. Фразеологизмы в рекламных текстах Челябинских СМИ. *Вестник Челябинского государственного университета*, 2009. № 43 (181). Филология. Искусствоведение. Вып. 39. С. 69–72.
3. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка: учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз., 2-е изд., перераб. Москва, 1996. 381 с.
4. Марковська А.В. Прагмалінгвістичні особливості фразеологізмів сучасної німецькомовної та україномовної преси. Автореф.

дис. ... канд. філол. наук, спеціальність 10.02.15 – загальне мовознавство. Одеса, 2011. 20 с.

5. Онищенко Ю.А. Место фразеологических оборотов в языке прессы. *Научные записки. Серия «Филологическая»*. Издательство Национального университета «Острожская академия», 2009. Вып. 11. С. 316–323.
6. Abre sus cartas morena para Endomex. El caballito. *Periodistas Metrópoli*. URL: <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/2016/11/7/abre-sus-cartas-morena-para-edomex>
7. El dinero europeo da la espalda a Cataluña y huye a Madrid: cae un 62%. URL: [www.elconfidencial.com](http://www.elconfidencial.com)
8. El estado autonómico: paciencia y barajar. URL: [https://www.elpais.com/elpais/2018/02/27/opinion/1519751201\\_510025.html](https://www.elpais.com/elpais/2018/02/27/opinion/1519751201_510025.html)
9. El futuro del fútbol está en sus manos. <http://noesfutboleslaliga.elmundo.es/protagonistas/el-futuro-del-futbol-esta-en-sus-manos>
10. Fernando Pereira gana el órdago a su director general. URL: <https://autopos.es/fernando-perera-gana-el-ordago-a-su-director-general/>
11. Ferreras, B., Bilbao. País Vasco. La mujer pide paso en la Ertzaintza: “La Seguridad no puede estar sólo en manos de hombres”. URL: <https://www.elmundo.es/pais-vasco/2019/01/06/5c31d8caf6c83a8388b4647.html>
12. La Copa da un respiro al Madrid. URL: <https://www.lavanguardia.com/>
13. Miguel de Dios, L. Fueron felices y comieron ... verdura. La opinión. El Correo de Zamorra. URL: <https://www.laopiniondezamora.es/opinion/2018/12/16/felices-comieron-verdura/>
14. Soberano corte de Pilar de Borbón a Castillón por meter las narices en el divorcio de Cristina e Iñaki. URL: <https://www.periodistadigital.com/periodismo/tv/2018/11/07/pilar-borbon-rastrillo-nuevo-futuro-divorcio-casa-real-cristina-inaki-urdangarin.shtml>
15. Tirar la casa por la ventana. URL: [https://www.elpais.com/elpais/2016/12/13/opinion/1481652111\\_981240.html](https://www.elpais.com/elpais/2016/12/13/opinion/1481652111_981240.html)
16. Villarejo amenaza en una carta a Sánchez con tirar de la manta en su defensa. URL: [https://elpais.com/politica/2019/01/09/actualidad/1547034201\\_545306.html](https://elpais.com/politica/2019/01/09/actualidad/1547034201_545306.html)
17. Zuluaga, A. Sobre las funciones de los fraseologismos en textos literarios. *Paremia*, 6, 1997, Madrid. P. 631–640.

#### Бобчинец Л. И., Корниенко С. П. Функции фразеологических номинаций в испаноязычных СМИ

**Аннотация.** В статье анализируются экспрессивная, оценочная, атрактивная, характеризующая и структурирующая функции фразеологизмов в современных испаноязычных публицистических текстах. Установлена комплексность функций фразеологизмов в СМИ, преобладание оценочных и экспрессивных характеристик. Выявлены авторские трансформации фразеологизмов, способствующие появлению новых значений.

**Ключевые слова:** фразеологизм, функции фразеологизмов в СМИ, оценочность, экспрессивность, окказиональные фразеологизмы, авторские трансформации фразеологизмов.

#### Bobchynets L., Kornienko S. Functions of phraseological nominations in Spanish mass media

**Summary.** The paper analyses expressive, evaluative, attractive, characterizing and compositional functions of idioms in modern Spanish publicist texts. The functional complexity of idioms in Mass Media and the prevalence of evaluative and expressive characteristics have been stated. Author's transformations of idioms contributing to the development of new meanings have been revealed.

**Key words:** idiom, phraseological unit, functions of idioms in Mass Media, evaluative and expressive characteristics, occasional idioms, author's transformations of idioms.