

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА РОМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ТА ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ
ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ
ЗООНІМОМ У СУЧАСНІЙ ІСПАНСЬКІЙ ПРЕСІ**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0358-і
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.051 Романські
мови та літератури (переклад
включно), перша – іспанська
освітньої програми Мова і
література (іспанська)
Бутовська Людмила Володимирівна

Керівник к.ф.н., доц. Биба М. О.

Рецензент к.ф.н., доц. Стрюкова Н. О.

Запоріжжя – 2019

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології _____
Кафедра романської філології і перекладу _____
Освітній рівень магістр _____
Спеціальність 035 Філологія _____
Спеціалізація 035.051 Романські мови та літератури (переклад включно), перша - іспанська _____
Освітня програма Мова і література (іспанська) _____

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри _____

« _____ » _____ 2020 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА
БУТОВСЬКІЙ ЛЮДМИЛІ ВОЛОДИМИРІВНІ

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) «Лінгвокогнітивні та прагматичні особливості функціонування фразеологізмів з компонентом зоонімом у сучасній іспанській пресі»

Керівник кваліфікаційної роботи Биба Марія Олексіївна, к.ф.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЗНУ від «22» квітня 2019 року № 597-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту) 4 січня 2020 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту)

Фразеологічні одиниці з елементом зоонімом, прагматичні особливості, лінгвокогнітивні особливості, особливості функціонування фразеологізмів з елементом зоонімом в пресі, уявлення про мовну картину світу, емоційна забарвленість _____

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) здійснити огляд теоретичних джерел; 2) з'ясувати роль та місце фразеологізмів у мовній картині світу; 3) встановити особливості фразеологізмів преси; 4) виявити місце фразеологічних одиниць з компонентом зоонімом у фразефонді іспанської мови; 5) виявити лінгвокогнітивну специфіку функціонування фразеологічних одиниць з компонентом зоонімом в сучасній іспанській пресі; 6) виявити лінгвопрагматичні особливості функціонування фразеологічних одиниць з компонентом зоонімом в сучасній іспанській пресі.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Биба М. О., к.ф.н., доц.	22.04.2019	05.05.2019
Розділ 1	Биба М. О., к.ф.н., доц.	15.06.2019	15.06.2019
Розділ 2	Биба М. О., к.ф.н., доц.	05.09.2019	05.09.2019
Висновки	Биба М. О., к.ф.н., доц.	15.10.2019	15.10.2019

6. Дата видачі завдання 22.04.2019 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	квітень 2019	виконано
2.	Добір фактичного матеріалу	травень 2019	виконано
3.	Написання вступу	червень 2019	виконано
4.	Написання теоретичного розділу	серпень 2019	виконано
5.	Написання практичного розділу	вересень 2019	виконано
6.	Формулювання висновків	жовтень 2019	виконано
7.	Проходження нормоконтролю	грудень 2019	виконано
8.	Одержання відгуку та рецензії	січень 2020	виконано
9.	Захист	січень 2020	виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант

_____ (підпис)

Л. В. Бутовська

(ініціали та прізвище)

Керівник роботи

_____ (підпис)

М. О. Биба

(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

_____ (підпис)

М. О. Биба

(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 73 стор., 114 джерел.

Об'єкт дослідження: фразеологізми із компонентом-зоонімом, які вживаються в текстах сучасної іспанської преси.

Мета роботи: аналіз лінгвокогнітивної та прагматичної специфіки фразеологізмів з компонентом зоонімом в текстах сучасної іспанської преси.

Теоретико-методологічні засади: наукові доробки вітчизняних й зарубіжних лінгвістів (В.М.Телія, Н.Н. Курчаткіна, В.Г. Мішкур, А.І. Скробот, А.В. Марковської, С.А. Сасиної, Мартінеса Мартін та ін.).

Отримані результати: На матеріалі аналізу іспанської преси були виявлені лінгвокогнітивні особливості фразеологізмів із компонентом зоонімом. Зокрема в іспанській лінгвокультурі низка фразеологічних висловів із зооморфізмами вербалізують певні концепти, які є універсальними з одного боку, а з іншого мають чітку національно-культурну специфіку, а саме: ЗЛІСТЬ, ГОЛОД, КУМЕДНІСТЬ, СТРАХ, ЖАЛІСТЬ, ШВИДКІСТЬ, СИЛА, ГОРДІСТЬ, ПРАЦЬОВИТІСТЬ, ДРУЖБА та інші. Національно-культурна специфіка даних концептів пов'язана із тими образами й асоціаціями, які викликають певні тварини у свідомості носіїв іспанської мови, що і фіксується у сталих виразах. Лінгвопрагматичні особливості фразеологізмів з компонентом зоонімом виявляються у текстах преси різної тематичної направленості, що свідчить про універсальність даного експресивного засобу мовлення. Зокрема, емоційний вплив на читача здійснюється за рахунок використання фразеологізмів з компонентом зоонімом у текстах суспільно-політичної, спортивної, економічної, культурної тематики тощо.

Ключові слова: зоонім, концепт, лінгвокогнітивний, прагматичні особливості, фразеологізм.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ ПРЕСІ.....	7
1.1 Роль та місце фразеологізмів у мовній картині світу.....	7
1.2 Картина світу та фразеологізми преси.....	11
1.3 Лінгвокогнітивний та прагматичний підходи до дослідження фразеологізмів.....	16
РОЗДІЛ 2 ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ ЗООНІМОМ В СУЧАСНІЙ ІСПАНСЬКІЙ ПРЕСІ.....	26
2.1 Місце фразеологічних одиниць з компонентом зоонімом у фразефонді іспанської мови.....	26
2.2 Лінгвокогнітивні особливості функціонування фразеологічних одиниць з компонентом зоонімом в сучасній іспанській пресі.....	32
2.3 Лінгвопрагматичні особливості функціонування фразеологічних одиниць з компонентом зоонімом в сучасній іспанській пресі.....	46
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	63

ВСТУП

Як відомо, фразеологізми – усталений зворот, стійке поєднання слів, що виступає в мові як єдиний, неподільний і цілісний за значенням вислів [АУФС, с. 13-32]. Фразеологізми застосовуються тоді, коли суб'єкту мовлення необхідно виразити емоційне ставлення до предмету думки, здійснити певний прагматичний ефект на реципієнта [Сасина 2008]. Експресивно та емоційно забарвлені фразеологічні одиниці преси здатні впливати на наші почуття, думку та ставлення до чогось, викликати у нас різні емоції, тому з їх допомогою у пресі створюється урочистість повідомлення або навпаки [Марковська 2007, с. 81].

Вживання пареміологічних одиниць у мові преси тісно пов'язано з жанровою приналежністю газетно-публіцистичного тексту, а цільові установки, зміст об'єм матеріалу зумовлюють відбір у кожному із газетних жанрів відповідних мовних одиниць та стилістичних засобів [Сыщикова 2007, с. 3].

Фразеологічні вислови з компонентами зоонімами набирають високої популярності у використанні в публіцистичних статтях. Адже мова засобів масової інформації повинна бути максимально наближеною до мови простого народу, а зооморфізми передають емоціональний тон та забарвленість дуже влучно та яскраво. З покон віків людину порівнювали з тваринами, за їхніми якостями, характером та поведінкою. Зооніми допомагають створити загальний образ людини та представляють різні сфери матеріального та духовного життя народу.

Детальним дослідженням фразеології іспанської мови займались Альберто Буїтраго, Шиндлер Агнієвська, Меядо Бланко, Вартінес Марін, Люке Дюран, Мішкур В. Г., Курчаткіна Н. Н., Крилов А. І., Коновець С. П., Шишкова Т. Н. та інші.

Попри значний інтерес до проблематики фразеологізмів та велику кількість присвячених їм наукових праць, у лінгвістиці досі є дискусійні положення. Зокрема, не остаточно вирішеним є питання про визначення фразеологізмів у мові, принципи їх класифікування, основні функції, структурні характеристики та семантичні зрушення.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю дослідження лінгвокогнітивних та лінгвопрагматичних особливостей функціонування фразеологізмів з компонентом зоонімом у сучасній іспанській пресі в межах антропоцентричної парадигми із погляду специфічних засобів актуалізації концептуальної картини світу.

Об'єктом дослідження виступають фразеологізми із компонентом-зоонімом, які вживаються в текстах сучасної іспанської преси.

Предметом дослідження є лінгвокогнітивні та прагматичні особливості функціонування фразеологізмів із компонентом зоонімом в текстах сучасної іспанської преси.

Мета роботи полягає в аналізі лінгвокогнітивної та прагматичної специфіки фразеологізмів з компонентом зоонімом в текстах сучасної іспанської преси.

Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- 1) з'ясувати роль та місце фразеологізмів у мовній картині світу;
- 2) встановити особливості фразеологізмів преси;
- 3) виявити місце фразеологічних одиниць з компонентом зоонімом у фразеофонді іспанської мови;
- 4) виявити лінгвокогнітивну специфіку функціонування фразеологічних одиниць з компонентом зоонімом в сучасній іспанській пресі;
- 5) виявити лінгвопрагматичні особливості функціонування фразеологічних одиниць з компонентом зоонімом в сучасній іспанській пресі.

Методологічною базою дослідження є наукові доробки вітчизняних й зарубіжних лінгвістів (В.М.Теля, Н.Н. Курчаткіна, В.Г. Мішкур, А.І. Скробот, А.В. Марковської, С.А. Сасиної, Мартінеса Мартін та ін.).

Матеріалом дослідження стали 100 іспаномовних фразеологізмів із компонентом-зоонімом, відібраних в основному з словника сучасної іспанської мови Альберто Буїтраго “ Diccionario de dichos y frases hechas” та досліджених у контекстах сучасної іспанської преси (газети El País, El Mundo, El ABC тощо).

Методи дослідження: У роботі використано такі методи та прийоми аналізу у комплексному поєднанні: *метод фразеологічної ідентифікації* – для виявлення фразеологічності того чи іншого стійкого словесного комплексу; *компонентний аналіз* – для дослідження перебудови структури фразеологізмів у газетних та журнальних текстах; *метод лінгвістичного спостереження та опису* – для систематизації прагмалінгвістичних особливостей фразеологізмів та інтерпретації специфіки їх функціонування у пресі; *елементи кількісного аналізу* – для встановлення кількісної характеристики вживання різних типів фразеологізмів у сучасній німецькомовній та україномовній пресі та одержання об’єктивних результатів дослідження.

Наукова новизна дослідження визначається необхідністю дослідження лінгвокогнітивних та лінгвопрагматичних особливостей функціонування фразеологізмів з компонентом зоонімом в сучасній іспанській пресі у межах антропоцентричної наукової парадигми із погляду відображення досвіду народу, своєрідності його світобачення, специфічних засобів актуалізації концептуальної картини світу.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання результатів дослідження у практиці викладання іспанської мови, в теоретичних курсах з лексикології, спецкурсах та спецсемінарах з лінгвокультурології, когнітивної лінгвістики та стилістики.

Робота пройшла **апробацію** на двох науково-практичних студентських конференціях («Різдвяні читання», Запоріжжя, 2018 р., «Молода наука», Запоріжжя, 2019 р.). Результати дослідження представлено у 2 публікаціях:

1) Бутовська Л. Лінгвостилістичні особливості функціонування фразеологізмів з компонентом зоонімом в сучасній іспанській пресі» // Різдвяні студентські наукові читання: *Vita in lingua*: Матеріали XI Міжвишівської студентської науково-практичної конференції (Запоріжжя, 07 грудня 2018 р.) Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2019. С.95

2) Бутовська Л. Прагматичний потенціал фразеологізмів у іспанській пресі Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2019» : у 5 т. Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2019. Т.2. С.–123-124.

Логіка дослідження зумовила **структуру** дипломної роботи: вступ, 2 розділи, висновки, список використаних джерел із 114 найменувань. Загальний обсяг 73 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ ПРЕСІ

1.1 Роль та місце фразеологізмів у мовній картині світу

Питання обсягу, ролі та місця фразеологізмів у системі мови залишаються досить актуальним та потребують подальших наукових розвідок, зважаючи на неоднозначне розуміння віднесеності окремих одиниць до цієї підсистеми та зміни парадигми сучасних лінгвістичних досліджень. Антропоцентричний характер мовознавчих розвідок останнього часу, широке проникнення когнітивних та прагматичних аспектів зумовив перегляд чи нове прочитання природи багатьох мовних одиниць, у лінгвістиці нині формується когнітивно-дискурсивний підхід до аналізу фразеологічних систем [Гребенюк 2010, с.1]. На думку М.Алефіренка, саме фраземи є найтиповішими знаками експресивно-образної номінації і продуктами вторинного семіозису і характерні синергетичною взаємодією мовного, комунікативного, прагматичного, психічного і культурного факторів [Алефіренко 2008, с. 6].

На роль фразеологізмів як складника етнокультурного простору вказують у своїх працях такі науковці, як Т. Черторизька, М. Алефіренко, Л. Пустовіт, І. Скопненко, Г. Сюта, Т. Цимбалюк, які вважають, що фразеологічні одиниці, поряд з лексемами, є складовою частиною лексичної системи будь-якої мови [Гребенюк 2010, с.2].

«Фразеологізми поряд з лексикою найбільш повно, безпосередньо – і в той же час образно – відображають матеріальне й духовне життя народу. Вони несуть не тільки предметну, а й естетичну інформацію: пробуджують уяву, викликають переживання в слухачів (мовців), прикрашають мову, передають

її дух» [Ужченко 2000, с. 3]. Вивчення фразеології дає змогу здійснювати комплексний підхід до вивчення, аналізу та тлумачення фразеологізмів

Сучасна лінгвістика досліджує фразеологізми з огляду на проблему взаємозв'язку мови та культури, яка в наукових дослідженнях пройшла шлях від філософських (В. фон Гумбольдт, Л. Вайсбертер), соціологічних (В. Сепір, М. Халлідей), психологічних (Г. Штейнталь, О.О. Потебня) ідей до лінгвокультурологічних (М. М. Полюжин, М. Л. Ковшова). У результаті такої наукової синергетики, як відзначають В. М. Телія та І. В. Зикова, «відбувається формування культурно обумовленої фразеологічної підсистеми природної мови, де будь-який фразеологізм отримує статус "мовного" знака культури і розпочинає відігравати в ній особливу роль» [Зикова 2014, с. 121], [Телія 1990, с. 557-558].

Людина як суб'єкт пізнання є носієм певної системи знань, уявлень, думок про об'єктивну дійсність. Розвиток ідеї про існування зв'язку між мовою, мисленням і культурою призвів до виникнення понять, які відображають лінгвістичні, психічні, логічні і філософські моделі об'єктивного світу: картина світу, концептуальна картина світу, мовна картина світу, фразеологічна картина світу, образ світу, модель світу, концептуальна система та ін. Вивченню картини світу у різних аспектах присвячено низку праць дослідників [Алефиренко 2010; Блох 2007; Карасик 2002; Маслова 2001; Остапович 1999; Попова 2007].

Картина світу – це уявлення про світ, закріплене в колективній свідомості. Також використовуються синонімічні поняття: “образ світу”, “бачення світу”, “модель світу”, “образ дійсності”. Виникнення поняття “картина світу” пов'язане з розвитком фізики в кінці XIX на поч. XX ст. Вперше цей термін був вжитий Г. Герцем у 1914 р. по відношенню до фізичної картини світу [Герц 1959, с. 13–16].

Дослідники пропонують різні тлумачення поняття картини світу: представленість у свідомості людини явищ та предметів зовнішнього світу у формі внутрішнього образу дає підставити розглядати картину світу як

систему образів [Маслова 2001, с. 64]; картини світу характеризуються як неоднорідні і трактуються як сукупність образів та понять [Карасик 2002, с. 74]; картини світу тлумачаться за своєю природою як поєднання суб'єктивного та об'єктивного [Блох 2007, с. 101]. У широкому логіко-методологічному трактуванні картини світу визначається як особливе концептуальне утворення, як цілісний глобальний образ світу, що є результатом всієї духовної активності людини та виникає у людини в процесі її контактів зі світом [Роль человеческого фактора 1988, с. 207]. У нашій роботі ми будемо використовувати поняття картини світу як системи образів, які відображають дійсність крізь призму суб'єктивного бачення.

Одним із основних напрямків дослідження в рамках культурної лінгвістики, який поділяє певні припущення та методи з когнітивною лінгвістикою, є питання про вплив мови на думку, на процеси концептуалізації, тобто створення світогляду. Як зазначав Р. Рідінгтон, "світогляд не може бути без мови. Він вербалізується в основному за допомогою лінгвістично опосередкованої людської думки» [Ridington 1991, с. 249] Мова відіграє провідну роль у процесі категоризації та концептуалізації, вона є носієм культурно обумовленої моделі світу та посередником між людьми та реальністю. Це ментальна платформа, за допомогою якої ми інтерпретуємо та відчуваємо навколишню реальність [Mellado Blanco 2005, с. 74]. Об'єктивність світу не дається нам безпосередньо, але ми сприймаємо його через мову. Однак, як зазначає Луке Дуран, "жодна відома мова не дає об'єктивного портрету Всесвіту, всі вони часткові і неоднозначні. Кожна мова - це карта чи частковий, несвідомий портрет світу, і між мовою та світом немає ізоморфізму» [Luque Durán 2004, с. 491].

Дослідники розрізняють концептуальну та мовну картини світу. Так, З. Д. Попова та І. А. Стернін безпосередню картину світу, яку людина отримує в результаті прямого пізнання навколишньої дійсності за допомогою органів чуттів та абстрактного мислення, називають когнітивною. Мовна картина світу є результатом фіксації концептуальних сфер вторинними знаковими

системами. Таким чином, мовна картина світу – це сукупність зафіксованих в одиницях мови уявлень народу про дійсність на певному етапі розвитку народу. Вона існує у вигляді значень мовних знаків, які утворюють сукупний семантичний простір мови [Попова 2007, с. 4–6].

На формування картини світу впливають мова, традиції, природа, виховання та інші соціальні фактори. Людина розуміє світ та саму себе завдяки мові, яка є носієм досвіду, не лише загальнолюдського, але й національного. Останній і визначає специфічні особливості мови на всіх її рівнях. З урахуванням специфіки мови, у свідомості її носіїв виникає певна мовна картина світу, через призму якої людина бачить світ. Мовна картина світу певного народу – це сукупність його знань про світ, які закарбовані в лексиці, фразеології та граматиці [Маслова 2001, с. 64]. Інтерес до мовної картини світу знаходимо у працях В. Гумбольдта. А сам термін “мовна картина світу” був введений німецьким вченим, представником неогумбольдтанського напрямку у мовознавстві, Лео Вайсгербером [Вайсгербер 2004, с. 253].

Під мовною картиною світу народу розуміємо сукупність його уявлень про оточуючу дійсність, відображених за допомогою різноманітних мовних засобів. Мова відіграє безпосередню роль у функціонуванні та розвитку мовної картини світу, яка об'єктивно відображає те, як світ сприймається носіями певної культури, але людське відображення не є механічним, воно має творчий характер (і тому є певною мірою суб'єктивним) [Карасик 2002, с. 75]. Проблема вивчення мовної картини світу тісно пов'язана з проблемою концептуальної картини світу, яка відображає специфіку людини та її буття, її взаємовідносини зі світом, умови її існування. Ми цілком погоджуємося з точкою зору О. Я. Остаповича про те, що концептуальна картина світу і мовна картина світу знаходяться у тісному взаємозв'язку [Остапович 1999, с. 27]. Мовна картина світу – це неминучий для мисленнєво-мовної діяльності продукт свідомості, який виникає в результаті взаємодії мислення, дійсності та мови як засобу вираження думок про світ актами комунікації. Саме мовна картина світу служить для вираження концептуальної картини світу, при

цьому вербально-мовні та образні асоціації, які використовуються при формуванні понять, надають останнім мовне забарвлення [Роль человеческого фактора 1988, с. 179].

Тобто, з усього вище сказаного ми розуміємо, що фразеологізми є невід'ємною частиною мовної картини світу будь якого народу. Вони забарвлюють мову та дають характерних рис, що виділяє ту чи іншу мову серед інших. ФО дуже чітко та яскраво передають поняття про народ, їх традиції, менталітет та взагалі бачення усього світу та реального життя. Усталені вирази стали невід'ємною частиною мовлення людини. Вони охоплюють широку тематику, презентують особливості культури, звичаїв, традицій та досвіду, набутого народом на різних етапах його існування.

1.2 Картина світу та фразеологізми преси

Відомо, що саме мова вербалізує картину світу, зберігає її і передає із покоління в покоління і здійснює це вона за допомогою асоціацій. Такої думки у своєму дослідженні дотримується О. Залевська: вербальні асоціації відображають результати доступу через слово до інформаційного тезаурусу індивіда, за ними лежить багатогранний досвід (чуттєвий і раціональний, індивідуальний і соціальний), що забезпечує “вихід” на картину світу у всій різноманітності зв'язків та відношень” [Залевская 2005, с. 254].

За мовними явищами стоять певні соціокультурні явища, тому за мовною картиною світу завжди стоїть соціокультурна картина світу. Мова замальовує через систему своїх значень та їхніх асоціацій концептуальну модель світу в національно-культурні кольори на думку В. Телії [Телия 1996, с 177].

І кожна з мов своєрідно представляє світ у значеннях своїх одиниць (лексика), в особливій образності (фразеологія), у понятійних категоріях

(граматика). І саме мова фіксує національний склад мислення в свідомості народу. Фразеологія у мові відображає, визначає, зберігає досягнення когнітивної людської діяльності, особливості національної психології, а також забезпечує діалог минулого з теперішнім та теперішнього з майбутнім [Черданцева 1996, с. 37].

Мова засобів масової інформації (далі ЗМІ) грає велику роль в розвитку самої мови. Вплив масмедіа на сучасну мову вимагає ретельного вивчення. Удосконалення інформаційно-комунікаційних технологій призвело до значного зростання загального корпусу текстів, що циркулюють у сфері масової комунікації. Перетворення масмедіа в одну з ключових сфер сучасного мововикористання як в плані кількісних показників, так і в плані якісного впливу на перебіг мовних процесів сприяло концентрації академічного інтересу на проблемах функціонування мови в області масової комунікації [Давыдова 2011, с.1].

Говорячи про основні особливості використання мови в ЗМІ, дослідники сходяться в тому, що вплив масової комунікації на сучасну мову величезне і вимагає ретельного, систематичного вивчення [Добросклонская 2005. С. 39].

Мова ЗМІ - це, по-перше, весь корпус текстів, вироблених і які розповсюджуються засобами масової інформації; по-друге, стійка внутрішньомовна система, що характеризується визначним набором мовностилістичних властивостей й ознак [Давыдова 2011, с.1].

Зараз ми можемо сміливо погодитися з твердженням, що друковані видання беруть участь у формуванні свідомості нового типу особистості з особливою психологією і поведінковими реакціями. За свою двохсотлітню історію ЗМІ оволоділи вмінням переконувати, впливати на читача, умінням залучати якомога більшу кількість учасників комунікації в процесі обміну інформацією, здійснювати громадську, а не міжособистісну комунікацію. Друковані видання виконують функції ідеологічного і політичного впливу, підтримки соціальної спільності, розваги [Онищенко 2009, с. 317].

При написанні статті, автором ставиться мета визначити місце

фразеологічних зворотів в публіцистичному тексті. Для реалізації мети ставляться такі завдання: розглянути фразеологічні звороти і визначити місце, яке вони займають при побудові газетних статей; виділити в якій саме частині тексту фразеологізми мають найбільш часте вживання. Питанням функціонування фразеологічних одиниць в газеті в загальній лінгвістичній літературі присвячені роботи В.М. Вакурова, В.Г. Костомарова, М.М. Кохтева, Е.А. Ножія. Найбільш цікавими для дослідників є фразеологічні одиниці, які мають великий обсяг прагматичного потенціалу, експресивні та стильові конотації, образну основу. Вони завжди є несподіваними для читача, глибоко відображають авторське розуміння проблеми. Ними, як правило, насичені аналітичні газетні жанри. Фразеологічні одиниці використовуються в публіцистичному тексті в тій формі, в якій вони зафіксовані в словнику [Онищенко 2009, с. 317].

За словами В.Г. Костомарова, основним конструктивним принципом мови газети є діалектичне поєднання стандарту та експресії. [Костомаров 1971, с. 31]. Це обумовлено не тільки такими функціями газети, як інформаційна і впливаюча, але і тим, що мова газети повинна "бути комунікативно-загальнозначущою, тобто ясною і виразною, точною і короткою".

Завдання журналіста – знайти точне, яскраве, незвичне слово. Тому такою популярністю користуються фразеологізми, у яких практично кожне слово - із зміненою семантикою. Журналісти застосовують фразеологічні скарби з метою надання більшої експресії, виразності, колориту своїм творам. Газетна мова наскрізь «фразеологізована», оскільки стандартність, «клішованість» багатьох типово газетних висловів є невід'ємною властивістю цієї мови [Антоненко-Давидович 1970, с. 67]. У газетних статтях фразеологічні одиниці часто вживають у звичних для них значеннях (щоб підсилити експресивне забарвлення мови [Абрамчук 2017, с. 1].

У мові сучасних ЗМІ фразеологізми з метою посилення виразності й емоційного впливу можуть піддаватися різного роду трансформаціям. Газетна

практика відпрацювала певні прийоми подібних видозмін стійких поєднань. Журналісти розглядають фразеологізми як сировину, що потребує творчої обробки. Тому в результаті авторської інтерпретації виникають нові трактування вже відомих фразеологічних сполучень. А новаторська обробка надає їм нового експресивного забарвлення, посилюючи їх виразність [Абрамчук 2017, с.1].

Як стверджують дослідники експресивно та емоційно забарвлені ФО преси здатні впливати на наші почуття, викликати у нас різні емоції, тому з їх допомогою у пресі створюється урочистість повідомлення або навпаки [Абрамчук 2017, с.1].

З боку відображення соціокультурних знань в образній основі фразеологізмів іспанської преси можна виділити такі дві групи: національні фразеологізми та інтернаціональні (міжкультурні) фразеологізми. У мові преси дедалі частіше вживаються, поряд з національнокультурною (літературною) фразеологією, розмовно-нелітературні: просторічні, в т.ч. вульгарні, жаргонні фразеологічні інновації позанормативних запозичень, які мають виразну експресію.

У стилі преси широко представлені різноманітні типи фразеологічних одиниць не тільки у звичайній традиційній формі, але й перетворених тим чи іншим засобом у залежності від поставленої мети. Типи використовуваних фразеологізмів відрізняються залежно від того, яку газету брати до уваги – інформаційну, бульварну, про політичні та економічні проблеми, для жінок тощо.

У фразеологічному фонді стиля преси зустрічаються, наприклад, найменування традиційного побуту певної країни, антропоніми, зооніми, фітоніми, історичні назви, символіка кольору і деяких понять, моральні уявлення, деталі й продукти традиційного харчування тощо.

Подекуди прототипи фразеологізмів відтворюють зовнішній вигляд людини, її одяг, взуття, подробиці повсякденного побуту, народні прикмети, звичаї, традиції.

До складу багатьох фразеологізмів входять зооніми (переносні метафоричні лексико-семантичні варіанти назв тварин [Великий тлумачний словник 2001, с. 6]. Причиною виникнення зоонімів є зв'язок, що породжується зіставленням наших уявлень про тварин та рис людської поведінки. Особливістю зоонімів є те, що вони виникають на основі тих характеристик, що дійсно властиві тваринам, або тих, якими люди наділяють тварин у своїй уяві. Зооніми використовуються як для позитивного зображення якихось моральних, фізичних, соціальних, інтелектуальних особливостей людини, так і для негативного [Великий тлумачний словник 2001, с. 6].

Включення зоонімів до складу фразеології свідчить про значущість тварин у загальній інтерпретаційній картині світу. Зооніми легко переходять у розряд слів-символів, відображають уявлення людей про різних тварин. Фразеологічні одиниці з компонентами-зоонімами становлять цікавий матеріал, який дає нам можливість простежити, яким чином ці компоненти впливають на формування національної культури різних народів [Дубравська 2018, с. 53].

Таким чином, сьогодні преса послуговується все частіше фразеологічними багатствами як невичерпною скарбницею лексики, що надає більшій експресії текстам. Мова в текстах стає виразнішою й колоритнішою через часте використання прислів'їв і приказок. У газетних статтях фразеологічні одиниці часто вживають у звичних для них значеннях здебільшого для того, щоб підсилити експресивне забарвлення мови. Властива фразеологічна образність оживляє розповідь, надає їй іронічного забарвлення. Особливо журналісти віддають перевагу використанню розмовної, стилістично зниженої фразеології, до змішування різних стилів, створюючи комічний ефект. Також комічності додає використання викривлених книжкових фразеологізмів. Проте в усіх цих випадках фразеологізми вжиті у звичайному для них значенні. Фразеологізми у пресі є не тільки носіями культурно-національної інформації, але і мають певний прагматичний ефект.

1.3 Лінгвокогнітивний та прагматичний підходи до дослідження фразеологізмів

Фразеологія відіграє значну та змістовну роль у різних стилях мови, виконуючи низку важливих завдань: номінативне, емоційне, образотвірне, текстокогерентне тощо. Серед усіх функціональних стилів найбільш «відкритою» до цієї галузі мовознавства виступає сучасна преса. Фразеологічні одиниці завдяки своїй влучності та оригінальності сприяють реалізації одного з центральних завдань преси сьогодення – прагматичного впливу на читача [Марковська 2010, с. 1].

Фразеологізми характеризуються ідіоматичністю, експресивністю, надають образності та емоційної забарвленості, відповідного лінгвістичного відтінку. Вони дають можливість точніше висловлювати думку та влучно передавати її зміст [Дубравська 2018, с. 53].

Проблема національно-культурної своєрідності фразеології виходить за суто лінгвістичні рамки і вимагає своєї розробки в руслі таких міждисциплінарних питань, як «мова і культура», «мова і мислення», які стають все більш актуальними для сучасної лінгвістики.

При зверненні до проблеми національно-культурної своєрідності фразеологізмів необхідно усвідомлювати, що на сьогоднішній день в лінгвістиці існують кілька різних підходів до виявлення національно-культурної складової фразеологічних одиниць, що мають різну методологічну базу, різні методи дослідження, що відрізняються один від одного ступенем охоплення фразеологічного матеріалу. Серед таких підходів до вивчення фразеологічних одиниць можна виокремити лінгвокультурологічний, лінгвокогнітивний та лінгвопрагматичний або комунікативний.

Розвиток лінгвокультурологічного підходу до вивчення фразеології орієнтує дослідника на вивчення співвідношення фразеологізмів і знаків

культури і актуалізує значення системи еталонів, стереотипів, символів і т.п. для опису культурно-національної специфіки фразеологічної системи [Кириллова 1988, с. 92].

На думку В. Н. Телії, основною метою лінгвокультурологічного аналізу фразеологічних одиниць є виявлення і опис культурно-національних конотацій, узуально супроводжуваних значення в формі образних асоціацій із зразками, стереотипами і іншими культурними знаками і співвідносяться один з одним за допомогою когнітивних процедур, які надають цим конотаціям осмислення [Телія 1996, с. 79].

Таким чином, в рамках лінгвокультурологічного підходу національно-культурна своєрідність фразеологізмів бачиться в тому, що вони містять в собі комплекс наївних уявлень носіїв мови про той чи інший концепт національної культури. Аналіз фразеологізму, будь-яким чином вказує на певне поняття духовної культури, виявляє національно-культурну конотацію аналізованого поняття, а аналіз сукупності подібних фразеологізмів дає повну картину досліджуваного концепту у фразеологічній картині світу. Даний підхід до значення надає великі можливості в області лінгвістичного моделювання актуального значення фразеологічних одиниць. Як відомо, значення фразеологізмів здебільшого метафоричні. Це дозволяє відновити комплекс тих концептуальних перетворень, які лежать в основі формування актуального значення ідіом [Скитина 2007, с.7].

Когнітивний підхід до виявлення національно-культурної своєрідності фразеологізмів передбачає аналіз окремих фразеосемантичних полів з метою опису в їх рамках фразо утворюючих моделей, сукупність яких показує як національні особливості мовного членування світу, так і особливості креативного мислення при створенні кожного окремого фразеологізму. Когнітивний підхід - це спосіб дослідження менталітету нації. Національно-культурна своєрідність фразеології в рамках цього підходу є особливістю функціонування мовного мислення, особливістю образної картини світу [Скитина 2007, с.7].

Когнітивний аналіз фразеологічних одиниць (ФО) не просто виявляє номінацію того чи іншого явища, предмета, а й виражає відношення, розкриває інформацію, яка формує зміст фразеологізму. Когнітивний підхід дозволяє представити фрагменти світу і національне бачення окремими блоками, які можуть бути включені в периферію більших блоків знань. Таким чином, аналіз окремих фразеосемантичних полів та виділення в їх рамках моделей, сприяє виявленню національних особливостей членування світу, і проявлення мислення в кожному фразеологізмі [Скитина 2007, с.8].

В аспекті когнітивної парадигми вивчення мовних одиниць пов'язано з безпосереднім їх аналізом як засобів репрезентації ментальних механізмів. До характерних ознак вербального вираження світу належить зберігання та відтворення відомостей про дійсність із урахуванням специфіки етносвідомості. Важливе місце у вказаній тенденції займають дослідження фразеологічних одиниць, що виступають засобами відображення особливостей сприйняття образу світу народом відповідно до його системи цінностей, в основі якої перебуває національна культура. За визначенням О. Левченко, фразеологічна репрезентація світу відрізняється від лексичної більшою архаїчністю, міфологізованістю, а фразеологічні одиниці мають більший обсяг та інший характер інформації, ніж одиниці лексичного рівня [Левченко 2002, с. 314]. В усталених зворотах збережено різні знання, актуалізовані суб'єктом під час їх безпосереднього використання у процесі мовлення.

Когнітивні механізми формування фразеологічного знання мають певну мовленнєво-мисленнєву специфіку, що відрізняє їх від процесів формування смислів, утворених за допомогою знакової прямої номінації. В їх основі лежить побічно-похідна пізнавальна діяльність людини, що репрезентує другий рівень лінгвокреативного абстрагування від предметно-логічної картини світу [Алефиренко 2008, с. 22]. У такому ракурсі дослідження фразеологічні одиниці на рівні асоціативного сприйняття та оцінювання дійсності узагальнюють погляди носіїв мови. Усталені звороти в мовній

свідомості презентують вербалізований продукт вторинного відображення картини світу.

За визначенням О. Селіванової, «фразеологічна номінація отримала новий дослідницький вектор – аналіз та моделювання психоментального підґрунтя вибору тієї чи іншої зовнішньої форми з огляду на культуру народу, структуру етносвідомості та їхню еволюцію» [Селіванова 2004, с. 16].

Фразеологічні одиниці представляють різноплановий матеріал для вивчення складних процесів когнітивної обробки інформації свідомістю носіїв мови. У семантиці фразеологічних зворотів реалізовано мовну свідомість особистості, її суб'єктивне сприйняття дійсності. У зв'язку зі специфікою пізнання світу носіями культури значення сталих виразів існує для суб'єкта в подвійному вигляді [Крикніцька 2017, с. 92]. Становлення сучасного підходу до з'ясування специфіки ідіоматичних зворотів зумовлює пошуки їх визначення як мовних явищ. У лінгвістиці існують різні дефініції цього поняття, в основі кожної з яких лежить певний критерій тлумачення. За визначенням М. Алефіренка, фразема становить основний лінгвокогнітивний знак, що фіксує, змінює та зберігає у прихованому виді результати апперцепції – форми «переходу» старого досвіду (знання) до нового [Алефіренко 2008, с. 51]. У науковій парадигмі, пов'язаній з когнітивно-інтерпретаційним моделюванням, фразеологізми розглядають як своєрідні мікротексти, до номінативної основи яких, на думку Н. Телії, належать при їх концептуалізації всі типи інформації, характерної для відображення певної ситуації [Телія 1996, с. 6]. Ці мовні одиниці, зберігаючи факти про навколишню дійсність, експлікують оцінні та емотивні відношення суб'єкта до позначуваного об'єкта, а також культурно-національне сприйняття світу певним мовним колективом.

Дослідники усталених зворотів підкреслюють, що, виражаючи абстрактне через конкретне, відокремлене чуттєво та наочно, фразеологізми стають своєрідною формою рефлексії позамовної дійсності, яскравою частиною образно-номінативної картини світу [Бакай 2000, с. 21]. Із точки

зору самобутності фразеологія як мовна підсистема займає позицію найбільш образної, у якій відбито різні форми мислення, пізнавальні процеси, уявлення людей про навколишній світ. Фразеологічні одиниці представляють різноплановий матеріал для вивчення складних процесів когнітивної обробки інформації свідомістю носіїв мови.

У семантиці фразеологічних зворотів реалізовано мовну свідомість особистості, її суб'єктивне сприйняття дійсності. У зв'язку зі специфікою пізнання світу носіями культури значення сталих виразів існує для суб'єкта в подвійному вигляді. М. Алефіренко пояснює таку рису тим, що «з одного боку, це об'єкт мовної свідомості, з іншого – спосіб та механізм усвідомлення» [Алефіренко 2008, с. 18]. Шляхом звернення до когнітивних категорій, за Н. Бабенко, можна проникнути в ментальні структури знання та когнітивні механізми, приховані за дискретними мовними одиницями. При цьому саме ідіоматика в силу своїх специфічних властивостей виявляється ідеальним об'єктом для вивчення складних процесів когнітивної обробки мовної матерії у свідомості людини [Бабенко 2000, с. 156].

Ідіоматичні звороти репрезентують уявлення не лише про те, що відбувається у внутрішньому світі особистості, а також про її сприйняття об'єкта дійсності, фіксуючи при цьому модальність та даючи оцінку певному психологічному стану мовця. У семантиці фразеологізмів закладено емотивно-оцінне ставлення суб'єкта до реальності. Провідну роль у процесі вибору та творення мовних одиниць призначено людині, від якої залежить використання фразеологічного знаку у відповідному контексті. Урахування ситуації, раціональної та емоційної оцінки дійсності дає можливість виділити імпліцитну інформацію висловлювання, декодувати значення стійких словосполучень. У творенні фразеологізмів відбито реакцію на події чи явища дійсності, що свідчить про вплив на їх формування та функціонування екстралінгвістичних факторів. У зв'язку з цим усталені звороти побудовано на образному переосмисленні національно-специфічних ситуацій, побуту та вірувань певного народу. В основі позамовних чинників лежать зміни у

реальному світі, детерміновані актуальними для того чи іншого історичного періоду відкриттями та подіями у різних галузях людського життя [Дюєскіна 2014, с.16].

Із позицій когнітивного підходу фразеологізми виступають мінімальною за обсягом смисловою та граматичною єдністю, що структурується під час пояснення носіями мови різної інформації, закладеної в основу усталених зворотів. У визначеній парадигмі дослідження виділено типи когнітивних процедур, що збігаються з макрокомпонентами значення фразеологічних одиниць, до яких належить обробка інформації денотативного, оцінного, мотиваційного, емотивного та стильового характеру [Ковшова 1996, с. 9]. Наявність таких схожих ознак зумовлена специфікою семантики усталених зворотів. Основну властивість фразеологізмів складає образність та місткість значення, унаслідок чого вони, на думку Я. Барана, не просто називають поняття, виражають предметно-логічне значення, а доповнюють його відповідною характеристикою предметів, процесів, явищ, яка далеко не завжди міститься в семантиці окремого слова [Баран 1998, с. 19]. У структурі значення фразеологічних одиниць виділяють сигніфікативний, денотативний та конотативний компоненти. Питання про співвідношення цих складових у семантиці фразеологізмів дає можливість в аспекті когнітивної парадигми досліджувати актуальну проблему взаємодії концепту і значення, встановлювати між ними зв'язки з урахуванням когнітивної діяльності людини. Таким чином, у сучасному мовознавстві дослідження фразеологічних одиниць в аспекті когнітивної парадигми пов'язані з особливостями їх значення. Усталені звороти, в образному змісті яких втілено етнічне світобачення, виконують основну роль у процесі трансляції культурно-національної свідомості народу і його ідентифікації. Співвіднесення такого образного змісту фразеологізмів із концептами та еталонами національного менталітету та їх інтерпретація в просторі матеріальних, соціальних та духовних принципів декодує культурний зміст самого образу. Когнітивний

підхід дає можливість шляхом вивчення семантики ідіоматичних зворотів виділити специфічні риси ментальності народу

Надалі розглядаємо прагматичний потенціал фразеологізмів. Їх функціональна значимість не викликає сумнівів, оскільки вони мають такі прагматично релевантні властивості як складність семантичної структури та здатність до асоціативних зв'язків. Фразеологізми, як правило, застосовуються в тих випадках, коли суб'єкту промови необхідно висловити емоційне ставлення до предмета думки, виробити певний прагматичний ефект на реципієнта.

Одним з основних питань досліджень в прагматиці є взаємодія мовного акту і контексту. Контекст знаходиться в відношенні додатку до мовного акту. Суб'єктом мовного акту є мовець, а адресатом слухач. Залежно від обставин висловлювання може бути успішним, або ні, коли мета висловлювання не досягнута.

Роль і функції фразеологічних одиниць в процесі мовного акту і передачі інформації, розрахованої на певну цільову аудиторію, є комунікативно-актуальними.

Виходячи з комунікативно-прагматичних характеристик фразеологічних одиниць, ми можемо стверджувати, що основними прагматичними параметрами фразеологізмів є експресивність, концептуальність і підтекстова інформація. Кожна ФО виконує певну комунікативну функцію і реалізує певне комунікативне завдання [Белозерова 2015, с. 93].

Прагматика вивчає поведінку знаків у реальних процесах комунікації. Якщо семантика показує, що говорить людина, що означає те чи інше висловлювання, то прагматика прагне розкрити, в яких умовах і з якою метою в конкретному випадку говорить людина. Прагматичний потенціал мови і спілкування, за словами Н.І. Формановської [Формановская 1988, с. 56], пов'язаний зі ставленням людини до мовних знаків, з виразом його установок,

оцінок, емоцій, інтенцій при виробництві (і сприйнятті) мовних дій у висловлюваннях і дискурсах.

Відповідно до теорії комунікації, будь-який текст має прагматичну установку. Такий закінчений у смисловому відношенні відрізок тексту, як контекст, являє собою продукт мовної комунікації [Артемова 1991, с. 35]. В контексті найбільш яскраво проявляються всі установки і наміри, які здійснюються говорить на мовної стратегії.

Той факт, що прагматична інформація, сформульована в тексті, може бути представлена як вербальними, так і невербальними засобами, дозволяє ввести поняття комунікативно-прагматичного контексту. В даному виді контексту можна виділити параметри, пов'язані з якістю висловлювання, сферою застосування мови, відносинами між комунікантами і т.д. Сенс фразеологічних одиниць розкривається саме в прагматичному контексті [Артемова 1991, с. 35].

В останні роки посилюється інтерес до питань, пов'язаних з функціонуванням фразеологічних одиниць в різних комунікативних умовах. Особливе місце тут займає комунікативно-прагматичне вивчення фразеології, спрямоване на дослідження мовної діяльності з використанням фразеологічних одиниць.

У процесі комунікації фразеологізм виступає джерелом двоканальної інформації (по лінії буквального та конотативного значень), яка залучує образне, асоціативне мислення учасників комунікативного акту. За допомогою образних фразеологізмів в основному реалізується культурно-семантична модель дискурсу (зокрема у статтях аналітичного характеру). У газетних матеріалах інформаційного жанру здебільшого спостерігається процес дефразеологізації [Коновець 2002, с. 12].

Безеквівалентні фразеологічні одиниці є основою створення фонові національно-культурної інформації (особливий тип інформації – культурна конотація), яка є визначальною у процесі комунікації і відповідає прагматиці газетно-публіцистичного дискурсу впливати на суспільну думку, і відображає

когнітивну структуру фразеологічної одиниці, а отже, культуру народу-носія мови, його ментальність [Коновець 2002, с. 3].

Взаємодія мовного акту і контексту становить основний стрижень прагматичних досліджень, а формулювання правил цієї взаємодії – її головне завдання. Прагматичні інтереси починаються там, де зв'язок контексту і мовного акту максимально напружена.

Багатоаспектність онтологічної сутності фразеологізмів є причинно-наслідковим фактором, від якого залежить багатство реалізаційних можливостей фразеологічних одиниць у газетному тексті, тобто її стилістичних функцій, які виступають як складна та різноаспектна взаємодія фразеологізмів з контекстом і характеризується цільовими установками автора. Для сучасних іспанських газет властивий широкий спектр фразеологічних засобів, різноманітність їх типів і варіантів, що виявляють їх специфіку, універсальний характер, орієнтацію на масову аудиторію з урахуванням інтересів різних соціальних і фахових груп читачів (розмаїття проблемно-тематичних напрямків й аспектів) [Коновець 2002, с. 3].

Використання фразеологізмів у газетних текстах залежить від більшої чи меншої установки на переконання, від рубрики та жанрів, а також від функцій їх використання (номінативно-експресивні та експресивно-номінативні фразеологізми). Прагматичне спрямування газетної рубрики регулюється використанням образної фразеології, яка характерна для передової статті та інших статей аналітичного жанру (в інформаційній рубриці, де використовуються функціональні ФО, подібна залежність не спостерігається).

Контекст знаходиться у відношенні додатковості до іншого центрального для прагматики поняття – мовного акту. За Дж. Остіном, мовний акт являє собою вид дії [Остин 1962, с. 46], і при його аналізі використовуються по суті ті ж категорії, які необхідні для характеристики та оцінки будь-якої дії, а саме: суб'єкт, мета, спосіб, засіб, результат, умови і т.п. Суб'єкт мовного акту – говорить – виробляє висловлювання, розраховане на

сприйняття його адресатом – хто чує. Висловлення виступає одночасно і як продукт мовного акту, і як інструмент досягнення певної мети. Залежно від обставин або від умов, в яких відбувається мовленнєвий акт, він може або досягти поставленої мети і тим самим виявитися успішним, або не досягти її.

Основою запропонованої класифікації фразеологічних одиниць газетно-публіцистичної мови є їхня функціонально-стилістична характеристика (умовний поділ на функціональні та образні фразеологізми відповідно до їх прагматичної функції у публіцистичному дискурсі), де виокремлено певні групи ФО: газетно-публіцистичні стандарти, міжстильові фразеологізми, ФО термінологічного походження і фразеологізми з національно-культурним компонентом [Коновець 2002, с.4]

Фразеологія є складовою частиною системи виражальних засобів газетно-публіцистичної мови взагалі, а okazіональна трансформація повинна розглядатися як особливий авторський стилістичний прийом, завдяки чому можна виявляти складні лінгвістичні процеси в іспанській періодиці. Однією із характерних рис газетно-публіцистичного стилю є okazіональна трансформація фразеологічних одиниць, яка посилює чи послаблює їх експресивність [Коновець 2002, с.4]

Отже, засоби створення прагматичного впливу на читача складаються з наступних функцій ФО: зацікавлення читача; утримування уваги читача; підкреслення важливої інформації, тобто *«логічного наголосу»*; завуальовування інформації; вираження авторської оцінки; здивування читача; створення образної та експресивної виразності; функція виклику емоцій; змішана функція.

РОЗДІЛ 2 ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ ЗООНІМОМ В СУЧАСНІЙ ІСПАНСЬКІЙ ПРЕСІ

2.1 Місце фразеологічних одиниць з компонентом зоонімом у фразеофонді іспанської мови

Перш за все, дослідити усі фразеологічні визначення, що з'явилися донині, є неможливим. Тому ми будемо розглядати лише найзначніші. Безперечно, в останні роки поняття фразеології набуло термінологічного характеру в мовній галузі. Однак лінгвісти все одно не можуть дійти згоди, яким повинен бути термін, щоб він охоплював усі потрібні явища, і яку класифікацію слід використовувати в їх аналізі [Pastor Corpas 1996, p. 16].

Першими іспанськими роботами з фразеології були збірки та словники прислів'їв, крилатих фраз та приказок, опублікованих у ХІХ ст., які продовжували виходити у першій половині ХХ століття. З появою цих збірок були зроблені перші кроки до збирання та накопичування цих типів фраз. Однак жодних теоретичних пояснень чи систематичних класифікацій все ще не було запропоновано [Cuadros Suárez 2001, p. 47].

Що стосується фразеологічних досліджень в Іспанії, вони постійно критикувались через затримку в появі теоретичних досліджень або їх незначний розвиток [García-Page Mario 2008, p. 40]. Першим лексикографом, який ініціював сучасні фразеологічні дослідження в іспанській сфері, був Ж. Касарес Санчес. У своїй праці «Вступ до сучасної лінгвістики» (1992 [1950]) він представив першу класифікацію лексичних одиниць множинного рівня, розділивши їх на ідіоми та прислів'я, фрази, приказки. Крім того, він зробив розлогий опис властивостей іспанських фразеологічних одиниць [Pastor Corpas 1996, p. 35].

Розмежування та детальна класифікація ідіом означали неабиякий прогрес в описі фразеології іспанської мови. Більше того, типологія Дж. Касареса Санчеса продовжує мати велике значення для сучасних фразеологічних досліджень.

У 1980 р. була опублікована докторська дисертація А. Зулуага Оспіна, в якій були проаналізовані фразеологічні одиниці чи усталені вирази, тобто від поєднань принаймні двох слів до сполучень, утворених повними реченнями. Цей дослідник вивчив смислово-функціональне значення фіксованих виразів, розділивши їх на дві групи: словосполучення та речення [цит за. Agnieszka 2014, с. 32].

Перші, ідіоми – це усталені вирази, які необхідно поєднувати з іншими елементами речення, щоб утворити повне смислове речення, тоді як інші (речення) можуть складати самостійні завершені речення. Щодо висловлювань, він класифікував їх відповідно до їх зв'язку з контекстом: функціонально вільні фразеологічні висловлювання (розглянуті тексти) та контекстуально позначені (які залежать від контексту, тому вони не вважаються текстами). Крім того, він виділяв різного роду фразеологічні фіксації та попередив, що ідіоматичність не характерна для усіх ФО. На його думку, фразеологічна фіксація та ідіоматичність мають градаційний характер [цит за. Agnieszka 2014, с. 32].

У подальші роки було зроблено ще багато досліджень з фразеології, та виділено дуже багато класифікацій та особливостей ФО. Дослідивши історію розвитку аспекту фразеології в іспанській мові ми впевнено можемо сказати, що фразеологія в Іспанії – це галузь дуже плодovита на дослідження, особливо в останні тридцять років. Але більш за все в цій праці нас цікавить розвиток та місце фразеологізмів саме з зооморфічними елементами. Розглянемо цей аспект більш детально.

Чималий шар у фразеологічному складі будьякої мови становить зоофразеологія. Це пояснюється тим, що слова, які позначають фауну, належать до найдавніших шарів лексики. Відомо, що чим більший вік слова в

мові, тим ширша його семантична структура. Одну з підгруп першої групи становлять фразеологізми, до складу яких входять назви тварин. Одиниці цієї фразеотематичної групи дослідники називають по-різному: «фразеологічні одиниці з аніمالістичним компонентом» [Бойко 2007, с. 5], «фразеологічні одиниці із зоосемічним компонентом», «зоосемічна фразеологія» [Семотюк 1996, с. 7], «фразеологія живої природи», «зоосемічні фразеологічні одиниці» [Петрова 1983, с. 6], «зоофразеологія» і «зоофразеологічні одиниці» [Ужченко 2000, с. 22]. Зооніми вирізняються високим ступенем поширеності та активно використовуються в різних мовах для підсилення образної характеристики людини, ситуації, досить повно й концептуально представляють різні сфери матеріального й духовного життя народу [Дубравська 2018, с. 51]. Зооніми репрезентують життєвий досвід людини, її поведінку, притаманні їй якості та допомагають у створенні загального образу, слугують для позначення таких рис характеру, як: сміливість, працьовитість, сила, слабкість, лицемірство тощо. Зооніми належать до найпродуктивніших лексем, семантичні структури яких містять найбільшу кількість метафоричних значень, що вживаються для позначення людей [Дубравська 2018, с. 51].

Слід зазначити, що представляти, описувати людину алегорично, оцінюючи її характер, дії та поведінку за допомогою фразеологічних одиниць або метафоричних виразів, що містять у собі зооморфічні елементи – це дуже давнє, продуктивне явище у фразеологічному корпусі мови. Тому не дивно, що зооморфна метафора, одне з найбільш репрезентативних джерел зображення. Існує ряд праць в іспаністиці, в яких були проаналізовані як монолексичні метафори, так і фразеологічні одиниці з елементами фауни, тобто фразеологічні зооморфізми: одиниці, в яких використовується назва тварини, з різною мотивацією, які алегорично чи метафорично посилаються та вказують на різні характеристики людини через складну лексію.

Оскільки зооморфна метафора є однією з найбільш плідних у лексиконі всіх мов, в іспанській сфері також можна відзначити величезне зростання кількості наукових розвідок, в яких аналізуються характерні ознаки тварин.

Варто згадати про зооморфну метафору в трактаті історичної семантики Л.А. Сантос Домінгес та Р.М. Еспіноса Елорза [Santos Domínguez y Espinosa Elorza 1996] та в "граматичному" дослідженні Дж. Портолеса [Portolés 1994]; також твори Дж. Гаррідо Медіна [Medina 1993], М. А. Мартіна Соракіно [Zorraquino 1986], Хосе Веласкеса Менедеса [Menéndez 2007] та Гарсія Гаярина [Gallarín 1998], доробки В. Бенхаура [Beinhauer 1978] та Хосе Касареса Санчеса [Sánchez 1992]; статті Ф. Віллегаса та Р. Ороза [Villegas y Oroz 1966], а також працю І. Ечеварії Ісусквізи [Isusquiza 2003] про анімалізацію у звичайних метафорах іспанської лексики та міжкультурні дослідження А. Паміе Бертрана [Bertrán 1998, 2007, 2008].

Не слід також виключати контрастивні дослідження зооморфної метафори: працю Суареса Куадроса [Cuadros 2005, 2006] про українські та іспанські фразеологічні зооморфізми та їх фразеологічну еквівалентність; стаття Л. Назаренко та Е.М. Іньеста Мена [Nazárenko y Iñesta Mena 1998] про фразеологічні одиниці в українській та іспанській мовах, про типи зв'язку (командні, приватні, диз'юнктивні, нульові) між асоціативними підполями, до яких належать відповідні одиниці; Дослідження Р. Піньеля Лопеса [Piñel López 1997] щодо найпродуктивніших порівняльних фразеолем іспанської та німецької мов, а також їх соціокультурних конотацій та типу їх еквівалентності; семантичний та когнітивний аналіз зоосемії на іспанській та китайській мовах, проведений Хамісо Домінгеса і Фуїн-Лі [Domínguez y Fuyin-Li 2004]; когнітивне дослідження А. Фернандеса Фонтехи та Хіменеса Каталан [Fontecha y Catalán 2003] про семантичні відмінності пар лиса/лисиці, бика/корови в англійській мові та лиса/лисиці, бика/корови в іспанській; стаття Н. Вишні та М.А. Гарсія Джов [Vyshnya y García Jove 2005] про символіку паремій з культурним елементом у іспанській та українській мовах; дослідження С. Моліна Пласа [Molina Plaza 2008], в якому аналізуються паремії та локуси, що стосуються тваринного світу; і, нарешті, робота І. Лопеса Родрігеса [López Rodríguez 2009], який досліджує образи тварин, щоб

зрозуміти гендерні відмінності (роль, яка відводиться жінкам) в іспанському та англійському суспільстві.

Роботи у рамках когнітивної лінгвістики демонструють, що ФО, засновані на зооморфній метафорі, мотивовані не лише когнітивно, але й культурно, оскільки вони відображають культурні моделі, які можуть бути подібними чи відмінними у різних мовах [Kövecses, 2003; Talebinejad and Dastjerdi, 2005; Dobrovolskij and Piirainen, 2005; Luque Durán, 1998; Kekič, 2008; Tutáeva, 2009]. Щодо контрастивних праць, в яких досліджується явище зоосемії в іспанській лексиці, їх порівняно небагато. Варто зазначити дослідження про кастильські висловлювання, а також про назви тварин з пейоративним характером, які можна використовувати як форми презирства чи образи. Автори ділять їх на кілька підгруп. У першому вони включають назви тварин за такими критеріями: 1) віднесені до фізичних характеристик людини; 2) відноситься до статевих органів людини та сексуальності; 3) людський характер; 4) людські групи; 5) професії; 6) хвороби, рани людини. До другої групи належать назви частин тіла тварин, поведінка та звуки, а також назви типово тваринних дій. Останню підгрупу складають похідні (імена, прикметники, дієслова) імен тварин, застосованих до людського домену. Робота над зоосемією зосереджується здебільшого на таких аспектах: 1) аналізі потенційних сем, які є багатим джерелом лексичних конотацій; 2) у вивченні звичних механізмів, що беруть участь у смислових змінах; 3) у символіці та стереотипах тварин; 4) у класифікації зооморфізмів за еквівалентністю, яку вони представляють (аналогічні, неповні, нульові) [цит. за Agnieszka 2014, с. 42].

Зооніми належать до найпродуктивніших лексем, семантичні структури яких містять найбільшу кількість метафоричних значень, що вживаються для позначення людей.

Серед усіх зоонімів іспанської мови у фразеологічних одиницях найчастіше зустрічаються: собака (el perro), кіт (el gato), ведмідь (el oso), вівця (el cordero), бик (el torro), вовк (el lobo)

Нижче наводимо діаграму, що надає уявлення про використання фразеологізмів з компонентом зоонімом в проаналізованому матеріалі (100 фразеологічних одиниць) на прикладах іспанської преси (близько 180 джерел):



Діаграма 2.0 Назви тварин як анімалістичний компонент у складі ФО вживаних у текстах сучасної іспанської преси

Фразеологізми добиралися із словника іспанських фразеологізмів авторства А. Буїтраго [Buitrago, 2012] і досліджувалися у текстах сучасної іспанської преси (газети El ABC, El Mundo, El País [El ABC] [El Mundo], [El País] тощо).

Докладно вивчивши питання місця зоофразеологізмів в іспанському фразеофонді, можна стверджувати, що вони привертають увагу багатьох вчених і становлять досить перспективну область для подальших досліджень.

2.2 Лінгвокогнітивні особливості функціонування фразеологічних одиниць з компонентом зоонімом в сучасній іспанській пресі

Завдяки методологічним інструментаріям когнітивної лінгвістики фразеологічних одиниць можна розуміти як частину відносно цілісної системи, яка підкоряється певним загальним правилам, які всім традиційно зрозумілі [Pamies Bertrán, Iñesta Mena 2002, с. 43]. Теоретична основа когнітивної семантики дозволяє досліджувати не тільки метафоричну основу, але й ментальний образ, що лежить в основі будь-якого фразеологічного виразу.

Таким чином, з точки зору когнітивної лінгвістики, мотивація мислиться як відповідний параметр, який впливає на пізнавальний процес. Більшість фразеологічних одиниць стають вмотивованими, семантично прозорими знаками, спираючись на досвід людини.

За твердженням А. М. Приходько фразеологічні одиниці прирівнюються до певного концепту, або можуть відображати певну рису якогось концепту [Приходько 2013, с. 84]. Тож, визначимо які саме концепти репрезентують фразеологізми із компонентом зоонімом.

Фразеологічні одиниці із зоонімами *oso*, *ganso*, *mono* вербалізують концепти КУМЕДНІСТЬ, ДУРКУВАТІСТЬ. Наприклад:

Hacer el ganso - позначає валяти дурня. Наведемо контекстуальний приклад:

Júbilo en los coaccionadores que se acercan a dar la mano displicentemente a un equipo rectoral vencido y humillado por un grupo de zarramplines con las mismas lecturas que un borrico. Dan ganas de meterse en el vídeo y coger de la patilla al cabecilla de la revuelta y llevarlo a clase con un «¡hala, deja de hacer el ganso y a estudiar!»[ABC, 20-10-2019].

Цей уривок взято з нещодавньої статті у іспанській газеті ABC, у цій статті йдеться про теперішній внутрішній конфлікт у Іспанії. Фразеологічна одиниця *hacer el ganso* використовується у якості звертання до лідера повстанців, автор яскраво виражає думку, що годі дуркувати та займатися усім цим неподобством, краще йдіть та навчайтесь.

Hacer el oso

También fueron muy críticos los sindicalistas con Zapatero al señalar que el martes acudió a Oslo a «hacer el oso» y a «burlarse» de los desempleados en formación al decir que éstos trabajan por España, palabras que calificaron de «patéticas» y una «falta de respeto» [ABC, 17-09-2010].

У цьому уривку йдеться чиновника, який поїхав у Осло до робітників, аби поваляти дурня та наговорити усіляких нісенітниць. Такі дії профспілки охарактеризували використовуючи фразеологічну одиницю з компонентом зоонімом – ведмідь, що дуже яскраво характеризує бездумні та смішні дії людини.

Hacer el mono – вдавати мавпу, валяти дурня

Especial tirria le tenía a Miguel Temprano, que ya al principio dijo de él que había que «darle un taparrabos y mandarle a la selva a hacer el mono, que es lo que sabe hacer». El paparazzi era consciente de ese odio: «No sé que le pasa conmigo. Debo de ser demasiado machirulo o hetero o chapado a la antigua y eso le irrita» [ABC, 05-09-2018].

У даному прикладі використовується зоонім «мавпа», яка одразу ж асоціюється у мовця з усілякими дурощами та жартами. Автор, який використовує дану фразеологічну одиницю з зоонімом «мавпа», буквально називає людину тією твариною, бо має до неї якусь неприязнь і вважає роботу та вчинки цього чоловіка безглуздя.

Фразеологічна одиниця з використанням анімалізму *cabra, gallina* дуже часто репрезентують концепт ДУРІСТЬ:

Estar como una cabra – бути дурною як коза

«La expresión «estar como una cabra» puede no hacer justicia a estos animales. Además de mantener relaciones sociales complejas, han demostrado tener una estupenda memoria. Las cabras no olvidan la voz de sus crías incluso un año después de haber sido destetadas y separadas, según científicos de la Universidad Queen Mary de Londres, los mismos que hace unos meses anunciaron que las cabras, como los seres humanos, también tiene acentos. La investigación aparece publicada en la revista Proceedings of the Royal Society B» [ABC, 20-06-2014].

У цьому контексті мова йде про самих тварин, з поведінки яких вивели цей фразеологізм *«estar como una cabra»*, що означає поводити себе як дурний, робити дивні, нелогічні вчинки. Але в цій статті цю думку, саме висловлювання спростовують, наводячи аргументи, що ця тварина так себе насправді не поводить і ця думка є хибною.

ФО з такими компонентами як *águila, lince, ardilla* частіш за все вказують на неймовірний розум та мудрість людини, а отже і репрезентують однойменні концепти:

Ser un águila – бути орлом

*Acudimos a ella sin saber quiénes estarían. Creo que todos sentimos una enorme carga de responsabilidad sobre nuestros hombros. Habíamos sido estudiantes contestatarios, profesores antifranquistas, altos funcionarios conocidos por su desafección al régimen... Difícilmente concebíamos la idea de estar en el Gobierno. Estábamos algo asustados, porque no había que **ser un águila** para darse cuenta de que la situación era muy compleja [ABC, 27-10-2014].*

У даному випадку ми бачимо використання фразеологізму з компонентом зоонімом «орел». Ця тварина завжди асоціювалася у людини з мудрістю та розумом. В цьому випадку фразеологізм дуже чітко та яскраво поясняє, що не треба бути орлом (тобто дуже розумним), щоб зрозуміти усю серйозність ситуації.

Vista de lince – мати добрий зір

Atiborrarnos a zanahorias no nos va a reportar una vista de lince. Pero necesitamos zinc y vitaminas A, B, C y E para mantenerla sana. Casi el 70% de las patologías oculares se relacionan con problemas de nutrición

Siguiendo el paralelismo, si la zanahoria es buena para potenciar la protección natural de la piel contra el sol, también lo es para la vista. Es más, quizá a usted de niño le dijeran que tomara mucha para tener ojos de lince. Exageraciones aparte, la cuestión es que se trata de una hortaliza rica en vitamina A (presente también en espinacas, tomates o melocotones), necesaria además para la visión nocturna, que suele ser mala en los miopes [El País, 10-10-2011].

У поданому уривку фразеологічна одиниця з аніمالістичним елементом «рись» вербалізує концепт ЗОРКІСТЬ. Гарний зір людини метафоризується за рахунок його аналогії із зором рисі, який за своєю природою є надзвичайно гарним.

Ser un lince

No hace falta ser un lince para pronosticar que el separatismo catalán convertirá el aniversario de las matanzas de Barcelona y Cambrils en la enésima performance independentista y antimonárquica. El primer és el primer, pensarían por entonces Puigdemont y los suyos. Si ya lo hicieron con los muertos aún sin enterrar, también lo harán ahora cuando se cumpla un año de aquel triste 17 de agosto, de esa espantosa tarde en que el terror tomó Las Ramblas a bordo de una furgoneta [ABC, 07-08-2018].

У поданому уривку зі статті про каталонський сепаратизм, фразеологічний вислів з зооморфним елементом «рись» одночасно вербалізує два концепти: ЗОРКІСТЬ, точніше передбачливість та РОЗУМ. Автор пояснює читачеві, що не треба бути риссю, тобто дуже розумною та передбачливою людиною, аби усвідомлювати до яких наслідків може призвести такий серйозний конфлікт.

Фразеологічні одиниці з компонентами *león, toro* вербалізують концепт СИЛА:

Ser un toro – бути биком, дуже сильним, стійким та гордим

Este sábado, el técnico del Real Valladolid, Javier Clemente, ha explicado en rueda de prensa antes del partido frente al Barcelona donde unos se juegan el título y otros evitar el descenso, que no quiere que sus jugadores salgan "acojonadillos". El técnico ha añadido: "Me molestaría ir de cordero. Al final del partido puede que estemos en el matadero, pero espero que como un toro, después de demostrar bravura. Prefiero ser un toro y morir bravo, si es que morimos" [ABC, 15-05-2010].

У данному випадку фразеологічна одиниця з компонентом зоонімом вербалізує не тільки концепт СИЛА, а також і концепт ГОРДІСТЬ. Бики у Іспанії дуже поважаються і є яскравим прикладом символів гордості та сили. Під час корриди ці тварини ведуть себе дуже важно, несуть себе із гордістю та б'ються, докладаючи усі свої сили. Фразеологічний вислів з аніمالізмом «бик» використовує тренер футбольної команди у своїй промові перед грою, він рішуче налаштовує членів команди на складну та важливу гру, та він готовий битися до кінця, навіть якщо вони програють, то з гордістю, як «бики», приклавши усі можливі зусилля до здобуття перемоги.

Ser un león – бути левом

El monumento principal, que lleva por lema «La Fuerza» y tiene un presupuesto de 170.000 euros, reproducirá el boceto presentado por García, el maestro de la vareta, que rendirá homenaje a la fuerza. Tendrá 20 metros de altura y la figura central será un león que reproducirá, alternando la vareta de las melenas con la imagen moldeada del rostro y cuerpo, uno de los felinos que escoltan el Congreso de los Diputados. A sus pies un total de veinte ninots repartidos en seis escenas explicarán las distintas acepciones de fuerza: voluntad, imaginación, progreso, conocimiento, solidaridad y fuerzas encontradas [ABC, 15-04-2014].

У поданому уривку мова йдеться про побудову постаменту, що буде відтворювати концепт СИЛА. Саме образ лева буде репрезентувати силу, так як саме ця тварина є ідеологом уособлення фізичної та ментальної сили.

Фразеологічні одиниці з зоонімами *gacela*, *gepardo*, *liebre*, *caballo* вербалізують концепт ШВИДКІСТЬ, що пов'язано із фізичними характеристиками цих тварин:

Correr como una gacela/un gepardo - бігти немов гепард або газель

Hamidou Msaidie. Ayudante de Zidane. Especialista en recuperación de deportistas a través de la fascioterapia y la kinesiología. Trabajó con atletas. Zidane se lo trajo cuando llegó al Castilla. Es también el realizador ejecutivo de sus entrenamientos. Verle correr cómo una gacela para colocarlo todo es un respiro para el jefe [ABC, 22-12-2017].

У цій статті автор розповідає нам про спортсмена, дуже швидкого та спритного. Саме для розуміння який він швидкий автор вирішує порівняти його з такою швидкою та кращією твариною як газель, тим самим вербалізуючі концепт ШВИДКІСТЬ у образі косулі.

Correr como caballo – бігти як кінь, дуже швидко.

Los días se van como caballos salvajes que corren sobre las colinas, como dejó escrito el gran Bukowski, cuando entre copa y copazo se marcaba unos versos. Pero aún así, dejan su huella. Siempre resulta curioso elegir un año cualquiera, de apariencia anodina, y repasar sus hitos. Pongamos, por ejemplo, 1972. Fue el año en que un robo en unas oficinas prendió la mecha del Watergate, que acabaría con Nixon [ABC, 07-06-2019].

У даному випадку автор використовує фразеологічну одиницю з елементом зоонімом, порівнюючи дні з конями, які біжать швидко. Фразеологізм дійсно додає простим словам більше експресії та наголошує на швидкості плину часу.

У іспанській мові дуже часто використовується зоонім *perro*, але дуже в різних ситуаціях та вербалізує такі концепти як САМОТНІСТЬ, СТІЙКІСТЬ, ЖАЛІСТЬ, ось наприклад:

A cara de perro – бути стійким, непохитним.

Pero es que, incluso si hay gobierno de coalición, el problema no estará resuelto. Una coalición a cara de perro es peor que un matrimonio forzado: un

infierno. Y queda el rabo por desollar: la economía. La desaceleración está ya aquí y una nueva crisis apunta en lontananza, con el Brexit y las batallas arancelarias. Con un gobierno que aumenta el gasto, como exige Iglesias, sería repetir lo ocurrido en las postrimerías de Zapatero. De ahí que, para quien gobierna, volver a las urnas puede ser la opción menos mala, cuanto antes además, para que no le coja el tsunami financiero. Es como puede haber elecciones sin quererlas nadie [ABC, 08-09-2019].

У даному уривку фразеологічна одиниця з елементом зоонімом використовується для найбільш чіткої характеристики стійкого та рішучого уряду, який не збирається складати руки чи комусь поступатись, він готовий стояти до самого кінця та відстоювати свої права та обов'язки.

Como perro sin pulgas – як собака без блох, позначає людину з одного боку щасливу, а з іншого самотню.

*Soy un pesimista vitalista. Se que esto no da para mucho, al nacer te regalan una bici y yo pedaleo. ¿Volvería a nacer? No. Rotundamente no. No conozco el “meaning of life”, no tengo fe, creo que la Humanidad es una infección que tiene el planeta y al borde de la metástasis. La Tierra es **el perro y nosotros las pulgas**. Pero probablemente el perro se meneará y echará a las pulgas [El País, 14-07-2018].*

Це уривок з інтерв'ю з національним актором Педро Руїсом. Актор використовує у своїй мові фразеологічну одиницю з елементом зоонімом в якості порівняння. Він порівнює Землю з собакою, а людей – з блохами. Хоч ми і травмуємо нашу планету, але життя на Землі без нас буде не таким. Ми одне ціле, як би то сумно іноді від цього не було, так само як і собаці від блох.

Фразеологічні одиниці з компонентом «lobo» вербалізує концепти ГОЛОД, НЕБЕЗПЕКА:

Hambre de lobo – вовчий голод, дуже голодний

*Hay momentos en los que, sin saber por qué, el cuerpo parece pedir una buena porción de pizza o un trozo de chocolate. Cuando esto sucede, lo achacamos a que tenemos un «**hambre de lobos**» o que, simplemente, son alimentos que nos gusta meternos entre pecho y espalda para saciar nuestro*

apetito. La realidad es bien diferente pues, en palabras de los expertos, existen multitud de comidas que crean una adicción en nuestro cerebro similar a la que puede generar la droga [ABC, 19-06-2015].

У поданому контексті фразеологічна одиниця із зоонімом *lobo* репрезентує концепт ГОЛОД, так само як і в російській мові – волчий голод. Ми дуже часто використовуємо даний фразеологізм, аби пояснити як сильно ми зголодніли, що аж вривається терпець.

Estar en la boca del lobo – знаходитись у небезпеці, у самій пущі подій.

"Es importante estar en la boca del lobo, porque lo que estás haciendo no es historia, es describir sentimientos", aclaró el autor de 'Lectura insólita de El Capital', con la que consiguió el Premio Nadal en 1976 [ABC, 13-04-2007].

У даному випадку фразеологічний вираз вербалізує концепт НЕБЕЗБЕКА. Ситуація порівнюється із знаходженням у вовчій пащі, тим самим автор гіпербалізує ситуацію, щоб передати серйозність та всю небезпечність того, що відбувається.

Oscuro como boca de lobo – темно, небезпечно, страшно, як у вовка в пащі

«Era una noche oscura como boca de lobo. El azul del cielo estaba totalmente cubierto por negras nubes. Poco a poco, éstas fueron transformándose en terribles monstruos, que se iban tragando con sus formidables bocas los numerosos mundos que pululan en el vacío [ABC, 30-05-2017].

У цій статті автор також використовує фразеологічну одиницю з елементом зоонімом як репрезент концепту НЕБЕЗПЕКА, він описує темну ніч, та таку темну, немов у вовка в пащі. Темрява та вовк – це яскраві репрезенти концепту НЕБЕЗПЕКА, ці поняття викликають одні й ті самі емоції та асоціації у різних лінгвокультурах.

Ser un lobo con piel de cordero – бути вовком в овечій шкурі, у даному фразеологізмі використовується одразу два елементи зооніма у контрасті:

вовк, який репрезентує концепт ЗЛЮ, та вівця, що репрезентує концепт ДОБРО.

Una jugada que Hugo no dudó en comentar para cerrar la gala del jueves en «GH VIP». «Al final se ha visto lo que yo pensaba: estos dos son lobos con piel de cordero», espetó el cantante, ovacionado por un buen sector del plató, impotentes ante la noticia de que el también empresario abandonaría definitivamente la convivencia en Guadalix [ABC, 28-09-2019].

Концепт ПРАЦЬОВИТІСТЬ частіш за все вербалізують фразеологічні одиниці з такими зоонімами як *caballo, mula*. Ось наприклад:

Trabajar como una mula – працювати як віл, тобто дуже важко фізично, також вживається для позначення дуже складної розумової праці:

*Quien ha sido alcalde de la ciudad durante los últimos 20 años ha explicado que «cada uno es de una manera» y que él nunca ha podido estar más de 15 días de vacaciones porque se le «caen las paredes encima». Por ello, estos días en los que ha tenido «más tranquilidad» tras su delegación de funciones en Mercedes Cantalapiedra ha apuntado que **trabaja «como una mula»** en su casa de Simancas [ABC, 11-06-2015].*

У поданому прикладі фразеологічний вираз з елементом зоонімом яскраво вербалізує концепт ПРАЦЬОВИТІСТЬ, автор порівнює прцівників державного устрою з волами, які працюють непокладаючи рук, днями та ночами.

Концепт БІДНІСТЬ вербалізується за допомогою фразеологічних одиниць з анімалістичним елементом *rata*, криси завжди асоціювались у багатьох народів із бідністю, оскільки це тварини, що живуть на смітниках та харчуються недоїдками.

Ser más pobre que una rata – бути біднішим за крису.

Es importante que Barcelona aprenda de lo que le llega de fuera. Es importante que un exceso de arrogancia no nos vuelva tan cretinos en la cocina como lo hemos acabado siendo en la política. El otro día, en un restaurante de la calle Santaló, escuché a una pobre mujerzuela quejándose al dueño de que no tenía

vinos catalanes por copas. No se puede ser tan idiota. Si no fuera por las exportaciones, no sería viable la economía catalana. Si no fuera porque muchos alemanes, y muchos franceses y muchos chinos compran productos catalanes, seríamos más pobres que una rata. ¿Vinos catalanes porque sí? Calle, señora, calle, y aprenda a convivir. Y si quiere jugar a ser independentista, sepa de lo que habla [ABC, 03-10-2019].

У поданому уривку мова йдеться про каталонські продукти, їх власне виробництво, а саме вина. Автор розповідає про важливість власної продукції у Каталонії, адже без цього народ був би бідніше за самих крис, які скитаються по смітниках. Окрім когнітивних функцій даної фразеологічної одиниці, ми можемо говорити про її прагматичний вплив на читача, адже використання саме цього фразеологізму надає контрастного порівняння з дуже непримеймною твариною, яка частіш за все викликає лише негативні та відштовхуючі емоції. Тим самим висловлюванням автор підкреслює необхідність виробництва внутрішнього продукту, адже це дуже сильно впливає на економіку та рівень життя у країні.

Трохи вище ми розглядали фразеологічні вислови з елементом зоонімом «криса», як репрезент коцепту БІДНІСТЬ, але ми знайшли і інше використання цього зооніму. На цей раз фразеологізм з даним анімалізмом вербалізує концепт ЗОСЕРЕДЖЕННІСТЬ.

Ser un ratón de biblioteca – бути бібліотечною кривою, книжним черв'яком, тобто заучкою, людиною схибленою на навчанні та читанні розумних книжок.

El Museo de los Escritores conserva, entre otras joyas, la primera edición del Drácula de Bram Stoker y el teléfono de Samuel Beckett. Y las bibliotecas Marsh y Chester, donde la tentación de convertirse en ratón (de biblioteca) es irresistible, presumen de manuscritos e incunables de antigüedad y valor extraordinarios. Al aire libre, transitando las cuatro estaciones en un día propias del país, en un rincón del parque de Merrion Square, sorprende al viandante la escultura recostada en una roca de Oscar Wilde, con chaqueta verde y mueca socarrona, como diciendo:

«Todos estamos en el lodazal, pero algunos de nosotros miramos hacia las estrellas»[ABC, 17-12-2019].

У цьому уривку автор описує місто Дублін, розповідає про неймовірну кількість цікавих місць, одними з них є велика кількість бібліотек, що не можуть залишити людей байдужими і спонукають їх стати «бібліотечними крисами», цей фразеологізм з компонентом зоонімом яскраво вербалізує ідею ЗОСЕРЕДЖЕНОСТІ у вивченні якоїсь галузі. Також ми спостерігаємо прагматичну функцію данної ФО, її посил полягає у тому, щоб передати розуміння масштабності тих бібліотек, що вони викликають неймовірний захват у всіх її відвідувачів.

Концепт СМОРИД/ЗАПАХ у іспанській мові найчастіше репрезентують фразеологічні одиниці з такими анімалістичними компонентами як *tigre*, *chotuno*, *león*.

Oler a tigre/a chotuno/a humanidad/a león – запах тигру, лева, тобто поганий запах. Зазвичай у зоопарках клітки саме цих тварин мають дуже неприємний сморід, тому і з'явилася така асоціація.

Los políticos de la facción oponente, así como los muy altruistas dirigentes de la universidad secundaron estas reivindicaciones, mientras las cámaras los retrataron; pero de repente el cafarname de televisiones se aburrió de filmar la misma vaina, y encima los inmigrantes empezaron a oler a tigre, que es algo que jode incluso a los más altruistas actores de la democracia mediática [ABC, 10-08-2002].

Окрім когнітивних особливостей, які вбачаються у цьому фрагменті (репрезентація концепту СМОРИД), треба зазначити ще й прагматичний ефект використання фразеологізму із компонентом-зоонімом **tigre**, адже він посилює вплив на читача щодо негативно оцінних характеристик мігрантів, а також виражає ставлення автора до тих журналістів, хто в таких умовах намагається будь-яким способом отримати матеріал для репортажу.

La cabra siempre tira al monte – козел завжди збирається до гори, тобто якби ви не привчали козла, його природня сутність усеодно візьме гору і він

буде тягнутися до диких схилів та кущів, коріння завжди проявиться та візьме своє.

Más de un millón de afiliados a la Seguridad Social en Galicia y el paro en 170.000 personas. Esa es la foto fija que se desprendía de los datos del desempleo publicados esta semana. En el último año se han creado en la comunidad más de 26.000 puestos de trabajo. Esa es la tendencia. Hasta ahora. Si algo funciona, ¿para qué lo tocas? Que nadie se engañe, Pedro Sánchez no se iba a resistir. Está en el ADN del PSOE. La cabra siempre tira al monte.

Sí, la cabra siempre tira al monte. Lo demuestran los primeros pasos de este gobierno. Un gobierno que empieza a recordar al de Zapatero. Cuando el AVE a Galicia se atrasaba o cuando se frenaba con regulaciones tan populistas como ineficaces el crecimiento económico y la creación de empleo.[ABC, 08-07-2018].

Цей уривок взятий із соціально-політичної статті, у якій йдеться про дії нового уряду Галісії. Вони намагаються виправити усі помилки минулого керівництва та налагодити роботу країни. Але методи які вони обирають є не дуже слухними та розумними, вони все одно призводять до інших занепадів та невдач. За допомогою фразеологічного вислову з компонентом зоонімом автор намагається передати негативне відношення до нинішнього уряду та його дій. Тобто, щоб вони не робили і як не перевчалися, «козел завжди йде до гори», тобто сутність уряду не змінюється і всі дії призводять до негативних результатів та незадоволеності народу, що страждає від цих змін.

Концепт ДРУЖБА у іспанській мові вербалізує зоонім “mirlo blanco” – білий дрізд

Mirlo blanco – вірний друг, компаньйон.

Sin mirlo blanco, en busca de un plan B para Abertis... o no (como diría Rajoy). En esas siguen en el Ejecutivo ante las consecuencias y críticas que tendrá que soportar si el país pierde a una de sus grandes multinacionales con liderazgo mundial en manos, encima, de un comprador italiano.

El caso es que, de momento, tras la, digamos, aparición de un Caballero blanco – en la figura de ACS– el Gobierno resolvía su plan A. Con la opción de

una contraoferta por Abertis procedente de otra compañía española, la «españolidad» –valga la redundancia– de la resultante, por su condición de estratégica para el país, queda asegurada. Pero el plan A tiene que llegar a buen puerto. Y en esas está también el presidente de la constructora española, Florentino Pérez, que no cesa en su empeño de lograr financiación para poder absorber a la concesionaria, buscando sus particulares mirlos blancos -socios industriales- que le respalden [ABC, 11-09-2017].

У данному уривку автор використовує фразеологічний вислів з анімалістичним компонентом «дрізд», що є символом і репрезентантом концепту ДРУЖБИ, задля опису гарних відносин між компаніями, які підтримують одна одну. Використання даного фразеологічного вислову з анімалізмом доносить до свідомо читачей як важливо мати свого друга, компаньона по бізнесу, який завжди підтримає та допоможе вирішити складності в роботі, існування подібних компаній є просто неможливим без підтримки бізнес партнерів.

Концепт НЕБЕЗПЕКА вербалізується фразеологічними одиницями з компонентом зоонімом «caballo».

Poner/char/dejar a alguien a los pies de los caballos – поставити чи залишити когось біля ніг коней, тобто залишити у небезпечній ситуації, у якій ви можете отримати дуже багато проблем.

У нижче наведеному прикладі мова йде про сучасні події у Каталонії, внутрішній політичний конфлікт. Автор розповідає про те, що генеральний директор Juro1 розкритикував дії міністра внутрішніх справ Фернандо Гранде-Марласки у Каталонії, особливо за те, що він не їхав до Барселони, коли це було необхідно, щоб тримати ситуацію під контролем. Він просто відправив працівників поліції під ноги коней, тобто на передову вогню, тим самим занастив працівників на серйозну небезпеку. Тими самими діями він зрадив своїх працівників та поставив своє життя та комфорт вище за поліцейських. Він не хотів розбиратися у ситуації у самий її критичний момент, вирішив підставити інших під кулі.

*El secretario general de Jupol, sindicato mayoritario de la Policía Nacional, José María García, ha criticado la actuación del ministro del Interior, Fernando Grande-Marlaska en Cataluña, especialmente por no acudir a Barcelona para gestionar la situación. "No entendemos la gestión del ministerio del Interior. El problema está en Barcelona y hay que venir aquí. Es un problema muy grave y ha habido una falta de coordinación total y absoluta. Lo único que han hecho es **poner a los policías a los pies de los caballos** para sacar un rédito político. Nos han puesto en primera línea de fuego para sacar un puñado de votos", ha afirmado en declaraciones a Mediaset [ABC, 21-10-2019].*

Розглянувши низку контекстів, в яких вживаються фразеологізми із компонентом-зоонімом можемо говорити про наступний взаємозв'язок між компонентом-зоонімом та вербалізованим цією одиницею концептом:

Таблиця 2.1 Кореляція компоненту зооніму у складі ФО і концепту, що вербалізується

Концепт	Компонент-зоонім
ЗОРКІСТЬ	águila, lince, ardilla
КУМЕДНІСТЬ	oso, ganso, mono
ДУРІСТЬ	gallina, cabra
БІДНІСТЬ	rata
ЗОСЕРЕДЖЕННІСТЬ	rata
ДУРКУВАТИСТЬ	mono
РОЗУМ	águila, lince, ardilla
СИЛА	león, toro
ШВИДКІСТЬ	gacela, gepardo, liebre, caballo
ЖАЛІСТЬ	perro
СТІЙКІСТЬ	perro
САМОТНІСТЬ	perro
НЕБЕЗПЕКА	Lobo

	caballo
ГОЛОД	lobo
ПРАЦЬОВИТІСТЬ	caballo, mula
СМОРІД	tigre, chotuno, león
ДРУЖБА	mirlo blanco
ГОРДІСТЬ	toro

Таким чином, у результаті аналізу фактичного матеріалу ми можемо говорити про те, що фразеологізми із компонентом зоонімом слугують для вербалізації низки універсальних концептів: ПРАЦЬОВИТІСТЬ, НЕБЕЗПЕКА, КУМЕДНІСТЬ, ДУРКУВАТИСТЬ, ДУРІСТЬ, ШВИДКІСТЬ, САМОТНІСТЬ, СТІЙКІСТЬ, ЖАЛІСТЬ, ГОЛОД, ДРУЖБА, ГОРДІСТЬ, що в іспанській лінгвокультурі мають свою національно-культурну специфіку.

2.3 Лінгвопрагматичні особливості функціонування фразеологічних одиниць з компонентом зоонімом в сучасній іспанській пресі

Однією з найважливіших функцій фразеологічної одиниці є прагматичність, тобто цілеспрямований вплив мовного знаку на адресата. ФО завжди використовуються з певним посилом, за для надання ефектності, забавленності, для того, щоб підкреслити ту чи іншу емоцію або смисл. Одне із головних завдань використання фразеологічних одиниць у текстах преси – це взаємодія з читачем та вплив на нього.

Прагматичний аспект повною мірою відбиває можливість людини виразити своє ставлення до того, що відбувається навколо. Людина з позицій лінгвістичної прагматики – творець оцінки, джерело емоції, адресант/адресат, вона може маніфестувати свою культурну позицію. Як результат культурної

інтерпретації фразеологізмів у процесі вживання із останнього формується провідний компонент культурно-мовного значення фразеологізму, де ціннісно-емоційне ставлення до навколишнього світу є провідним змістом значення [Патен 2014, с. 53].

Caer como moscas – вмирати як мухи, тобто масово, дуже швидко і часто.

En los lugares-lugares hay grumos de no-lugares donde los indigentes caen como moscas cuando les alcanza el invierno [Millás].

Прагматичний ефект вислову «*caer como moscas*» виражає імпліцитно негативне ставлення мовця до ситуації, в якій бідні, бездомні люди гинуть узимку від холодів. Експресивність вислову пов'язана з його метафоричною семантикою, тому що він вживається на позначення смерті великої кількості людей у короткий проміжок часу [Buitrago 2012, p.79]. Анімалістична метафора (люди – мухи) в основі фразеологізму посилює прагматичний ефект висловлювання в даній комунікативній ситуації.

Ser un lince – бути риссю, дуже розумним.

No hace falta ser un lince para pronosticar que el separatismo catalán convertirá el aniversario de las matanzas de Barcelona y Cambrils en la enésima performance independentista y antimonárquica. El primer és el primer, pensarían por entonces Puigdemont y los suyos. Si ya lo hicieron con los muertos aún sin enterrar, también lo harán ahora cuando se cumpla un año de aquel triste 17 de agosto, de esa espantosa tarde en que el terror tomó Las Ramblas a bordo de una furgoneta [ABC, 07-08-2018].

У поданому уривку зі статті про каталонський сепаратизм, фразеологічний вислів з зооморфним елементом використовується за для того, щоб підкреслити очевидність цієї ситуації, що не треба бути риссю, тобто дуже розумною та передбачливою людиною, аби усвідомлювати до яких наслідків може призвести такий серйозний конфлікт, та яких проблем можна собі обрести.

Ser un toro – бути биком, дуже сильним та стійким

Este sábado, el técnico del Real Valladolid, Javier Clemente, ha explicado en rueda de prensa antes del partido frente al Barcelona donde unos se juegan el título y otros evitar el descenso, que no quiere que sus jugadores salgan "acojonadillos". El técnico ha añadido: "Me molestaría ir de cordero. Al final del partido puede que estemos en el matadero, pero espero que como un toro, después de demostrar bravura. Prefiero ser un toro y morir bravo, si es que morimos" [ABC, 15-05-2010].

У данному випадку фразеологічна одиниця з компонентом зоонімом використовується аби надати словам сили, серйозності та рішучості. Фразеологічний вислів з аніمالізмом «бик» використовує тренер футбольної команди у своїй промові перед грою, він рішуче налаштований на гру, та готовий битися до кінця, навіть якщо вони програють, то з гордістю, як «бики». Дана фразеологічна одиниця посилює прагматичний ефект впливу в даній комунікативній ситуації.

Matar dos pájaros de un tiro – вбити двох птахів одним пострілом, тобто зробити дві справи в одну мить.

Campanas de guerra interna en el seno de ERC. El presidente del Parlament, Roger Torrent, considera que si Oriol Junqueras no puede ser candidato a la presidencia de la Generalitat en las próximas elecciones catalanas deben ser los militantes los que acaben decidiendo la mejor opción. Así ha matado dos pájaros de un tiro, ha evidenciado su interés en participar en la carrera para suceder al dirigente preso y ha puesto en duda al candidato «de facto» de ERC, Pere Aragonès [ABC, 19-12-2019].

У цьому уривку мова йдеться про політичні події і думки президента парламенту щодо їх розвитку. Суть у тому, що він знайшов рішення для поставленого завдання, та таке, що допоможе йому **«вбити двох птахів одним пострілом»**. Прагматичним ефектом використання фразеологізму з компонентом зоонімом є емоціональне посилення, також дуже цікавим моментом є те, що у даному вислові птахів саме вбивають, це є дуже влучним

сполученням, адже у статті мова йдеться саме про політично-військові події. У такому випадку фразеологічна одиниця також підсилює розуміння ситуації, що саме діється та до чого це може призвести.

Se te ha comido la lengua el gato – проковтнути язика, не мати бажання відповідати на запитання чи за свої вчинки.

A partir de ahora habrá quien piense que al turista que visita Galicia le ha comido la lengua el gato. Puede que ya no pregunte por dónde se llega a la Catedral de Santiago, qué museo debe visitar en La Coruña, dónde está la terma más cercana en Orense o en qué restaurantes de Pontevedra y Lugo se chupará los dedos. Pero no es el que el viajero vaya a ser mudo en adelante, sino que llevará instalada en su móvil la nueva aplicación «Turismo de Galicia», una app de realidad aumentada presentada ayer por la directora de la Axencia de Turismo, Nava Castro [ABC, 09-01-2016].

У поданій комунікативній ситуації фразеологізм застосовується для експресивного іронічного опису людини, яка не виявляє бажання спілкуватися під час подорожування через те, що вона тепер має відповідний налаштунок у гаджеті і не потребує нічиєї допомоги.

Ser un pez gordo – бути товстою рибою дослівно, тобто бути дуже важливою персоною.

Aunque sabía que estaba muerto, Pavlichenko acudió hasta el lugar donde se hallaba el cadáver para registrar su uniforme. Así se percató de que contaba con varias condecoraciones (entre ellas, la Cruz de Hierro) y que había acabado con decenas de compañeros antes. En palabra de la soviética, lo descubrió gracias a que el germano llevaba, como ella, su particular cuenta de bajas en una pequeña libreta. El total era de 215 soldados y oficiales abatidos en Francia y Dunquerque. Por entonces, Liudmila contaba 227, solo diez más. Era un combatiente de élite. En el cuaderno halló también su identidad. «Helmut Bommel, 121er Regimiento de Infantería, 50ª División de Infantería de Brandemburgo, Oberfeldwebel». «Es un pez gordo», se limitó a confirmar nuestra protagonista a su camarada [ABC, 14-08-2019].

У поданому уривку автор розповідає нам історію про загиблого бійця, чиє тіло було знайдено разом із усіма відзнаками та його документами. Згідно з цих знахідок журналісти змогли зрозуміти, ким саме був той солдат, а він був дуже «великою шишкою», тобто бравим бійцем. Саме для того, щоб підкреслити ким саме він був і яку важливу роль відігравав у бою, автор використав подану фразеологічну одиницю з елементом зоонімом, бо цей вислів ідеально передає всю суть та дає чітке розуміння особистості загиблого хлопця.

Dar gato por liebre – видати kota за зайця, обманути.

Nueva York parece, Manchester es: cuando el cine da gato por liebre Películas como 'Star wars' y series como 'Girls' o 'The leftovers' están ambientadas en unas ciudades y rodadas en otras [El País, 24-08-2017].

В даному контексті мова йдеться про обман кінематографу, коли у фільмі події, наприклад, проходять у Нью Йорку, але насправді цю сцену знімають у Манчестері або деінде. Для посилення ефекту обману автор використовує фразеологічний вислів з елементом зоонімом, який пояснює нам, що kota видають за зайця, тобто обманюють нас.

Hasta que las ranas críen pelo - коли у жаб волосся відросте, аналог-коли рак на горі свисне, те що ніколи не трапиться

La Querida Presidenta (menguate) insiste en que ha ganado las elecciones y dice que los demás deben reconocérselo, aunque al cabo no haya ganado mucho, porque en política ganar es gobernar. La Reina va a dejar de serlo tras cuarenta años de hegemonía heredada por la voluntad popular. Todo lo demás son gaitas y delirios. Ni las primeras ni los segundos evitarán que algunos sean despedidos de las que creían "sus plazas" y retornen a la calle, donde siempre hace frío, sin la posibilidad piadosa de facturarle a la Junta los derechos adquiridos por tantos desvelos. La Dolorosa del Estatuto puede estar hasta que las ranas críen pelo metiendo miedo con los ultramontanos. Su señuelo no va a funcionar: mentar a Salvini en la casa del Pueblo de La Roda (Sevilla), donde algunos hijosde van a ir al paro, no parece que vaya a atenuar mucho el cabreo sociológico de los

socialistas demediados. Tampoco lo harán las apelaciones al feminismo militante ni la defensa de los pilares ajados del 4D. [EL MUNDO, 26-12-2018].

Поданий уривок взято з політичної статті, в якій йдеться про невдоволеність людей щодо політичної ситуації у їх регіоні. Фразеологізм з елементом зоонімом використовується за для надання негативного характеру ситуації. Автор підкреслює, що негайне відношення до подій зміниться лиш тоді, коли в жаб виросте волосся, іншими словами – ніколи, точніш поки не станеться кардинальних змін у владі.

Perro ladrador poco mordedor – собака багато лає, але не кусає; людина котра дуже багато говорить, але нічого не робить.

*El flamante líder del PP ha designado en multitud de ocasiones al presidente en ejercicio como traidor oficial del reino. Es verdad que no hay que tomarle demasiado en serio, pues el bisoño señor Casado (más conocido como míster máster), con su reiterada incontinencia verbal, ha demostrado desconocer lo esencial de la comunicación política, cayendo en la más estéril redundancia. En lugar de reservar sus insultos para las ocasiones oportunas en que podía hacer daño, no duda en quemarlos repitiéndolos una y otra vez, con lo que su presunta fuerza se le va por la boca: **perro ladrador poco mordedor** [El País, 19-02-2019].*

Поданий уривок також узято зі статті політичної тематики. Прагматичним завданням використання фразеологічної одиниці з елементом зоонімом є вираз негативної думки, щодо поведінки політичного діяча. Задля опису дій політика автор порівнює його з собакою, яка тільки лає, але не кусає, тобто дуже багато говорить, повторює одне й те саме, але нічого не робить та не змінює у поставленному питанні.

Hasta el rabo todo es toro - до самого хвоста бика, тобто до самого кінця.

Al descanso del partido, Villares va ganando. Tarde, sí, muy tarde, a rastras, pero ha acabado haciendo lo que había que hacer, lo que tendrían que haber hecho desde el principio. Porque todos saben, porque lo saben, lo que hay en el caso de Paula Quinteiro. Ahora bien, como le gustaba recordar en sus narraciones

deportivas a Gaspar Rosety, «hasta el rabo todo es toro». Tener razón no siempre conduce a la victoria. Y menos en una organización política que vive en el dislate continuo [ABC, 29-04-2018].

У цій статті мова йде про перемогу, на яку вже ніхто не очікував, різкий переворот подій в останню хвилину. Треба пам'ятати, що завжди може статись щось несподіване, коли вже всі думають, що справу зроблено і іншого завершення не буде. Лишень одна мить, одна дія, вчинок, слово можуть змінити кординально весь хід подій та їх фінал. Походження цього фразеологізму йде від корриди (бою биків), коли матадор повністю впевнений у своїй перемозі, але у цьому дійстві все може змінитися в одну мить. Так само трапилося і у поданому контексті, автор дуже чітко використав фразеологічний вислів з елементом зоонімом, чим саме надав певних фарб та емоцій опису цієї події.

De memoria de pez – пам'ять як у рибки, дуже погана, коротка.

España, alegre país de memoria de pez, admite que se diga una cosa y se haga la contraria. Ayer Sánchez despidió al equipo español de baloncesto femenino con un discurso que ensalzó la cultura del «esfuerzo, el sacrificio y el trabajo duro». Bien dicho. Lástima que en febrero de este año, ese mismo Sánchez aprobó un proyecto de Ley de Educación que supuso un misilazo a la cultura del esfuerzo, al permitir algo tan anómalo como que se pueda obtener el título de Bachillerato con un cate auestas. Nada más ajeno a los tics ideológicos del PSOE que reivindicar el trabajo duro. La izquierda, antiliberal, desconfía por sistema del mérito personal y apela constantemente a una igualdad a la baja [ABC, 25-06-2019].

У поданому контексті фразеологічна одиниця з елементом зоонімом “pez” – риба, використовується з легким комічним ефектом. Автор відмічає, що іспанці – нація з не дуже хорошою пам'яттю. В цьому переконують суперечливі слова прем'єр-міністра Іспанії Педро Санчеса щодо спортивних досягнень іспанської баскетбольної команди, у той час

як раніше ним же був прийнятий новий закон про освіту, що нівелює його висловлення.

Mirlo blanco – вірний друг, компаньйон.

Sin mirlo blanco, en busca de un plan B para Abertis... o no (como diría Rajoy). En esas siguen en el Ejecutivo ante las consecuencias y críticas que tendrá que soportar si el país pierde a una de sus grandes multinacionales con liderazgo mundial en manos, encima, de un comprador italiano.

El caso es que, de momento, tras la, digamos, aparición de un Caballero blanco – en la figura de ACS– el Gobierno resolvía su plan A. Con la opción de una contraoferta por Abertis procedente de otra compañía española, la «españolidad» –valga la redundancia– de la resultante, por su condición de estratégica para el país, queda asegurada. Pero el plan A tiene que llegar a buen puerto. Y en esas está también el presidente de la constructora española, Florentino Pérez, que no cesa en su empeño de lograr financiación para poder absorber a la concesionaria, buscando sus particulares mirlos blancos -socios industriales- que le respalden [ABC, 11-09-2017].

У данному уривку автор використовує фразеологічний вислів анімалістичним компонентом «дрізд», що є символом дружби, задля опису гарних відносин між компаніями, які підтримують одна одну. Прагматичним ефектом данного вислову є передача поняття дружби у бізнесі, тобто взаємовигідні умови існування та співпраці між компаніями. Автор також доносить до нашого свідомо як важливо мати свого друга, який завжди підтримає та допоможе вирішити складності в роботі, існування подібних компаній є просто неможливим без таких компаньйонів.

Ver los toros desde la barrera/la talanquera – спостерігати за биками, тобто ситуацією із-за бар'єру, зі сторони і не втручатися в неї, можливо обмірковувати події, робити висновки, що допоможуть комусь, але прямо не втручатися.

Tiene contrato hasta 2022 y su futuro dependerá del devenir de esta temporada. El verano pasado estaba en primera línea de salida y el adiós de Cristiano cambió su porvenir. Podía ser el estandarte de la plantilla. No lo ha sido. No ha querido serlo. Prefiere ver los toros desde la barrera y no dar la cara. Benzema sí asumió se rol. Ese carácter de actor secundario, sin aceptar el reto del liderazgo, le ha perjudicado. Desea quedarse en el Real Madrid, pero para ello tendrá que aportar más, porque su sueldo es de líder [ABC, 02-03-2019].

У поданому уривку взятому зі статті спортивного розділу мова йдеться про відомого на весь світ футболіста Кріштіано Рональду. Точніше, автор розповідає про майбутнє завершення його кар'єри, як стало відомо, останній контракт підписаний до 2020 року, після його закінчення футболіст збирається покинути футбольне поле та спостерігати за подіями з трибун, можливо тренувати, консультувати, але на поле він більше не вийде. Фразеологічний вираз з компонентом зоонімом використано задля надання експресивно-емоційної забарвленості ситуації. Він буде спостерігати за справою усього свого життя, але приймати участі у спорті більше не буде.

Ser un perro viejo - бути старою собакою, яка дуже багато побачила та пережила на свій вік.

«El estudio sigue siendo parte esencial de la fase creativa. Me gusta ser muy flexible, llevamos el esqueleto de la canción y la terminamos de arreglar y le damos el estilo definitivo en el estudio. Carlos Narea, el productor, es un perro viejo de la música en este país, y lo ha hecho todo. Me hacía ilusión trabajar con alguien externo a nuestro equipo habitual. Ha sido una experiencia nueva, se ha adaptado a nuestra manera de funcionar, de grabar como en directo, sin muchas capas, que resulte natural, y se ha adaptado perfectamente. La fase de grabación ha sido una extensión de la fase creativa, cada día había una cosa nueva» [ABC, 03-10-2016].

У цій статті мова йде про музику, про продюсера, який вже давно працює у цій сфері. Для того, щоб його експресивно описати та чітко показати

наскільки довго він працює у музикальній сфері, журналіст використовує фразеологічний вислів із компонентом зоонімом «*ser un perro viejo*», «бути старим собакою» дослівно, що означає мати багатий досвід у чомусь. З цих слів ми можемо зрозуміти, що чоловік дійсно професіонал у цій справі та чудово розуміє усі її тонкощі.

Como a un perro – покидати, обходитись як з собакою (у поганому сенсі)

Para colmo esta semana también se ha pronunciado sobre la polémica relación que mantuvieron Bisbal y Tablada el chófer de este, quien ha dado unas sorprendentes declaraciones a la web «Jaleos» en las que asegura que «Elena Tablada le trataba como a un perro» y la describe como una persona «déspota y fría», todo lo contrario que el cantante y su familia los cuales opina que son «las personas más bellas de la tierra» [ABC, 30-11-2018].

У поданій статті мова йдеться про законну пару, подружжя. Чоловік порівнює себе з собакою, точніше вказує на те, що жінка поводитися з ним як з собакою, була дуже холодною, неврівноваженою. Це порівняння надає ситуації жалібності, посилює співчуття до бідного герою цієї історії. Прагматичним вплив змушує читача відчувати емоції та проникнутися сумним настроєм ситуації.

Tener pájaros en la cabeza – мати вітер у голові, тобто бути не зрілим, молодим, без досвіду.

Por lógica, tendría que ocupar el puesto Concepción Medina, número dos de la candidatura, pero la edil asegura que no está muy convencida, pues el anterior alcalde decía siempre que su intención era arrebatarse el puesto. Ésto, su edad - tiene 60 años- y que en su vida personal tiene otras prioridades, son los argumentos que esgrime Medina para no decidirse aún a ser la candidata a la Alcaldía.

*Ella, Julio Díaz y Antonia Palomo junto a Maria Carmen Almansa y Juan Román Cano -que tomarán posesión a finales de mes en sustitución de Juan Ángel Palomo y Manuela Redondo-, son «una piña, personas maduras que no **tenemos pájaros en la cabeza**», asegura Medina [ABC, 17-09-2008].*

Фразеологізм «*tener pájaros en la cabeza*» використовується в даному уривку за для посилення опису людей, а саме членів партії, які повинні зайняти нові позиції у спільноті. Наголошується, на тому що ці претенденти не легковажні, вони цілком зрілі досвідченні спеціалісти, яким повністю можна довірити важливі для країни справи.

Poner cara de besugo – бути байдужим, робити байдужий або незворушній вираз обличчя.

Luego vino la ceremonia del culo en pompa durante los requiebros a ERC. ¿Negociación de Gobierno a Gobierno? ¡Sea! ¿Para hablar de todo? ¡Sea! ¿Aunque «todo» signifique autodeterminación y amnistía? ¡Sea! ¿Con calendario y exigencias de cumplimiento de lo pactado? ¡Lo que haga falta! Sí a todo: a poner cara de besugo cuando Rufián presuma de poner al presidente «derrotado» de rodillas, a suscribir lo del conflicto político —después de haberlo negado— con las dos manos, a mirar a otro lado cuando la autoridad penitenciaria catalana devuelva a sus casas, por Navidad, a los sediciosos convictos... [ABC, 08-12-2019].

У даному контексті фразеологізм з елементом зоонімом використовується за для опису людини, що повинна бути непохитною, та не показувати своїх емоцій, вираз обличчя порівнюється з виразом рибячої морди/голови, що просто не може передавати ніяких емоцій, через відсутність м'язів на голові та насамперед обличчя.

Como pez en el agua – як риба у воді, тобто максимально комфортно, коли все вдається з легкістю.

Así, Ibrahimovic volvería a vestirse de «rossonero» tras hacerlo durante dos años entre 2010 y 2012, ganando en la primera temporada el título de liga, el último logrado por el club. Antes, el sueco, de 38 años, triunfó en la Juventus (2004-2006) y el Inter (2006-2009). Un territorio, el italiano, en el que se mueve como pez en el agua [ABC, 05-12-2019].

В даній комунікативній ситуації ФО з елементом зоонімом підсилює прагматичний ефект висловлювання, цей гравець у футболі – як риба у воді,

тобто почувається максимально комфортно та немає ніяких проблем з кар'єрою.

Parecer/ser (como) un rabo de lagartija – бути як хвіст ящірки, котрий постійно рухається, бути дуже неспокійним.

El rabo de una lagartija, separado del animal, antes de, forzosamente, cesar, muerto, en todo movimiento, parece aún vivo con sus retorcimientos. A los cadáveres de los humanos les crecen la barba y las uñas. Pero esas conductas que muestran algunas células vivas que prosiguen su reproducción y sus movimientos, pero que están condenadas, tienen su paralelismo en algunas políticas económicas. Están a su frente altos funcionarios, que incluso son capaces de pronunciar discursos aparentemente enjundiosos y que dictan disposiciones que son impresas en los «Boletines Oficiales»; éstas aluden a proyectos que nunca tendrán realidad; son movimientos de rabo de lagartija que causan que muchos se sientan seducidos por el futuro que creen va a tener aquello que ya está condenado a muerte [ABC, 07-11-2005].

В даному прикладі мова йде про чиновників, які завжди обіцяють людям зробити все як треба, вони і є тим «хвостом ящура», які змушують людей нервувати та недовіряти їх обіцянкам. Прагматичним ефектом фразеологічної одиниці в данному контексті є вираз та донесення думки автора до читача про події.

¡Ya está el gato en la talega! – кіт у мішку, справу зроблено.

Cuando Morientes metió el gol en la portería griega, los españoles creyeron que ya estaba el gato en la talega y se dedicaron a buscarle los cinco pies al gato con toda tranquilidad, hasta que el gato les sacudió el arañazo. Hay que reconocer que el gol de Morientes fue un gol sabio y geométrico. La portería griega era como la Academia de Platón, que tenía un aviso en el frontispicio: «No entre quien no sepa geometría». La única vez que los españoles supieron geometría, entraron, y después se quedaron a dormir en la colina platónica. Seguramente, ése fue el momento que Su Majestad aprovechó para dar la regia cabezada, y también el que aprovechó Platón para escribir «La República» [ABC, 18-06-2004].

У поданому уривку мова йдеться про дослідження, та іспанці гадають, що ця справа вже зроблена, тобто повністю досліджена, але це не зовсім так. Фразеологізм з компонентом зоонімом «gato» використовують за для надання образності та емоційної забарвленості. Вираз «**ya estaba el gato en la talega**» в нашій мові має аналог - справа у шляпі, так говорять коли завдання виглядає дуже легким і з самого початку можна вважати, що справу вирішено, але все не завжди так просто і у процесі частіш за все виникає велика кількість нюансів, як загалом у даній ситуації і сталось.

Como un pulpo en un garaje – немов восьминіг у гаражі, не на своєму місці, відчуття розгубленості, безглуздя

El portero descenderá después al campo y colocará el trofeo junto a las copas de las otras 31 Ligas conseguidas por el club, que estarán situadas enfrente del palco presidencial. La imagen será única: 32 Ligas en el teatro de los sueños blancos, con Cristiano, Casillas y toda la plantilla a su lado. También Mourinho, poco amigo de estas fiestas. Al entrenador le gusta el fútbol, las tácticas, los entrenamientos, el trabajo dentro y fuera del vestuarios. No le agradan los agasajos. Como él dice, su estrés llegará cuando no tenga que ir al campo a entrenar. En casa se siente como un pulpo en un garaje. Matilde, su mujer, quien mejor le conoce, le cuida mejor que nadie. Pero ella sabe bien que su marido, sin un balón cerca, sin tener que pensar en un partido, se siente raro [ABC 11-05-2012].

В данному уривку зі статті мова йдеться про професіонального футболіста, що не може уявити свого життя без цього виду спорту. Для передачі почуттів використовується фразеологічний вислів із зоонімом «восьминіг». За допомогою даного вислову він як умога яскраво та зрозуміло описує свої відчуття, коли він знаходиться вдома і не має змоги тренуватись на футбольному полі, він порівнює себе з восьминігом у гаражі: також дивно, незручно та безглуздо. Для спортсмена такий стан є неприродним, так само як і для восьминіга знаходитись не у своєму природному середовищі.

Дослідивши лінгвопрагматичні функції використання фразеологічних одиниць з елементом зоонімом, ми можемо зробити висновки, що частіш за

все автори використовують фразеологічні вислови з анімалізмами за для передачі емоцій та настрою випадку. Також просліджується прямий вплив на читача, нав'язування суб'єтивної думки про ситуацію або певної персоналії читачеві. Частіш за все прагматика вбачається в негативному аспекті використання зоофразем. Це зумовлюється тим, що публіцистичний світ постійно шукає суперечливі та конфліктні ситуації, бо саме такі випадки цікавлять аудиторію та викликають найбільшу палітру емоцій.

ВИСНОВКИ

Проаналізувавши фактичний матеріал, ми з'ясували, що фразеологічні вирази з анімалізмами займають дуже важливу роль у мовній картині світу. Вони яскраво представляють національний колорит та характер іспанського етносу. Фразеологізми нині стали дуже популярними у використанні, їх можна побачити у різних типах текстів, у тому числі у заголовку політичної статті у газеті чи журналі. Вони є експресивним засобом передачі інформації, важливим елементом мовної картини світу іспанського народу.

Після усіх спостережень, виконаних під час дослідження, ми можемо стверджувати, що на даний момент фразеологічні одиниці з компонентом зоонімом займають значуще місце у фразеофонді іспанської мови і є дуже популярним інструментом у текстах сучасної преси. Сучасна мова засобів масової інформації стає як умога ближчою та зрозумілою для всіх читачів. Усталені вислови з компонентами зоонімами допомагають розкрити та описати найрізноманітніші персоналії та ситуації. Вони певним чином відзеркалюють та репрезентують світ окремих країн та народів. Визначною особливістю фразеологічних висловів з анімалізмами є їх контрастність, чіткість та влучність у використанні. Вони яскраво описують та передають емоцію та настрій змальованої у статті ситуації.

На матеріалі аналізу іспанської преси були виявлені лінгвокогнітивні особливості фразеологізмів із компонентом зоонімом. Зокрема в іспанській лінгвокультурі низка фразеологічних висловів із зооморфізмами вербалізують певні концепти, які є універсальними з одного боку, а з іншого мають чітку національно-культурну специфіку, а саме: ЗЛІСТЬ, ГОЛОД, КУМЕДНІСТЬ, СТРАХ, ЖАЛІСТЬ, ШВИДКІСТЬ, САМОТНІСТЬ, СИЛА, ГОРДІСТЬ, ПРАЦЬОВИТІСТЬ, ДРУЖБА та інші. Національно-культурна специфіка даних концептів пов'язана із тими образами й асоціаціями, які викликають певні тварини у свідомості носіїв іспанської мови, що і фіксується у сталих

виразах. Когнітивна мотивація зооморфем мислиться як відповідний параметр, який впливає на пізнавальний процес усього навколишнього світу. Більша частина відомих нам фразеологічних одиниць стають вмотивованими, спираючись на досвід людини.

У ході дослідження було виявлено наступні кореляції між компонентом зоонімом у складі фразеологічної одиниці та вербалізованим концептом: ЗОРКІСТЬ – білка, рись, орел; ПРАЦЬОВИТІСТЬ – віл, кінь; НЕБЕЗПЕКА – вовк, кінь; КУМЕДНІСТЬ – мавпа, ведмідь, гусь; ДУРКУВАТИСТЬ – мавпа; ДУРИСТЬ – курка, коза; ШВИДКІСТЬ – гепард, кінь, газель, заєць; САМОТНІСТЬ – собака; СТИЙКІСТЬ – собака; ЖАЛІСТЬ – собака; ГОЛОД – вовк; СМОРІД – лев, тигр, козел; ЗОСЕРЕДЖЕННІСТЬ – криса; ГОРДІСТЬ – бик; РОЗУМ – білка, рись, орел; СИЛА – лев, бик; БІДНІСТЬ – криса; ДРУЖБА – дрізд

З проаналізованого матеріалу ми можемо зробити висновки, що фразеологічні вислови з використанням елементів зоонімів вербалізують концепти, що репрезентують як позитивну, так і негативну характеристику людини, ситуації, почуттів тощо. Фразеологізми з елементами зоонімами грають значну роль у відображенні сутності народу у мові, адже вже багато століть анімалізми є яскравим відзеркаленням найсильніших рис людської поведінки.

Також у ході дослідження було виявлено лінгвопрагматичний вплив фразеологічних одиниць на читача. Зустрічається у текстах преси як позитивна так і нейтрально емоційна забарвленість, а також негативна. Автори використовують фразеологічні вислови з зоонімами задля прямого впливу на читача, передачі емоціонального напруження в ситуації, нав'язування суб'єктивної думки третім особам, вираз ставлення до ситуації та передачі її загального емоційного стану, реалізації суб'єктивної оцінки випадку.

Розглянувши використання фразеологічних одиниць з елементом зоонімом у мові преси на досліджених прикладах із національних газет Іспанії в аспекті прагматики, ми можемо стверджувати, що емоціонально оцінювальні

посили автора до читача були чітко виражені та донесені. У процесі комунікації прагматика прикладів фразеологічних висловів з елементами зоонімами розкриває умови та цілі поданої ситуації. В той самий момент чітко відзеркалює момент дійсності, знань та уявлень про світ у цілому.

Лінгвопрагматичні особливості фразеологізмів з компонентом зоонімом виявляються у текстах преси різної тематичної направленості, що свідчить про універсальність даного експресивного засобу мовлення. Зокрема, емоційний вплив на читача здійснюється за рахунок використання фразеологізмів з компонентом зоонімом у текстах суспільно-політичної тематики (сучасна політична ситуація в Іспанії, каталонське питання), спортивної, економічної, культурної тощо.

Перспективу подальшого дослідження вбачаємо у можливості лінгвокогнітивного та прагматичного аналізу фразеологізмів з компонентом зоонімом в сучасній іспанській мові з урахуванням фактору її територіальної варіативності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамчук О. В. Крилаті вислови у ЗМІ. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2017/paper/viewFile/2490/1925> (дата звернення: 13.06.2019).
2. Алефиренко Н. Ф. Фразеология в свете современных лингвистических парадигм: Монография. Москва: ООО Изд-во «Элпис», 2008. 271 с.
3. Антоненко-Давидович Б. Д. Як ми говоримо. Київ : Либідь, 1970. 182 с.
4. Артемова А.Ф. Фразеология английского языка и её прагматический потенциал. Спецкурс. Пятигорск, 1991. 208 с.
5. Арутюнова Н. Д., Метафора и дискурс: Теория метафоры. Москва, 1990. С. 5-32.
6. Бабенко Н. С. D. Dobrovolskij. Idiome im mentalen Lexikon. Ziele und Methoden der kognitivbasierten Phraseologieforschung. Вопросы языкознания. 2000. №1. С. 156–159.
7. Бакай Б. Я. Формування фразеології в переломні моменти історії народів Європи (на матеріалі української, російської, англійської, німецької, французької мов у періоди Першої та Другої світових воєн): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15. Дрогобич, 2000. 228 с.
8. Баран Я. А. Фразеологія у системі мови: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук: 10.02.15 «Загальне мовознавство». Київ, 1998. 27 с.
9. Англо-український фразеологічний словник / Укл. К. Баранцев. Київ: Знання. 2005. 1056 с.
10. Блох М. Я. Проблема концепта и картины мира в философии языка. Преподаватель XXI век. Москва : Прометей; МПГУ, 2007. № 1. С. 101–105.

11. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика. Курс лекций по английской филологии. Изд. 2-е, стер. Тамбов: Изд-во Тамб. ун-та, 2001. 110 с.
12. Бойко В. М. Структурно-семантичні особливості фразеологічних одиниць з анімалістичним компонентом. Література та культура Полісся. Ніжин, 2007. Вип. 36. С. 5.
13. Белозерова Е. Ю. Реализация прагматической функции фразеологизмов в художественном тексте. Москва: Вести, 2015. С. 92–96.
14. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Укл. і гол. ред. В. Бусел. Київ: Ірпінь: Перун. 2009. 1736 с.
15. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. Пер. с англ. / Сост. В. В. Петрова; Под ред. В. И. Герасимова. Москва: Прогресс, 1989. С. 294-300.
16. Вайсгербер Й. Л. Родной язык и формирование духа: [пер. с нем., вступ. ст. и коммент. О. А. Радченко]. Изд. 2-е, испр. и доп. Москва : Едиториал УРСС, 2004. 232 с.
17. Герц Г. Принципы механики, изложенные в новой связи / [пер. с нем. В. Ф. Котова, А. В. Сулимо-Самуйло] // Общая редакция И. И. Артболевского. М., 1959. 389 с.
18. Гребенюк А. В. Фразеологізми з компонентом-фаунонімом у лексичній системі української мови. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови: зб. наук. праць. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2010. Вип. 6. С. 184-186.
19. Давыдова С. В. Язык средств массовой информации. *Lingua mobilis*. 2011. С. 1-4.
20. Добросклонская, Т. Г. Роль СМИ в динамике языковых процессов. Вестник Московского Университета. Серія 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2005. №3. С. 38–54
21. Добровольский Д. О. Типология идиом : Фразеография в Машинном фонде русского языка. Москва, 1990.

22. Дубравська З. Р. Зооніми як окремі лексичні одиниці та як компоненти сталих виразів. *Young Scientist*. 2018. №3. С. 51–54.
23. Дюська А. П. Фразеологізми в аспекті когнітивного підходу. *Збірник наук. праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди*. 2014. №37. С. 14–17.
24. Залевская А. А. Психолінгвістическіе ісследованія. Москва, 2005. 286 с.
25. Зыкова И.В. Роль концептосферы культуры в формировании фразеологизмов как культурно-языковых знаков: дисс... доктора филол. наук: спец. 1002-19 «Теории языка». Москва, 2014. 510 с.
26. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монографія. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
27. Карнышев А. Д. Межэтническое взаимодействие в Бурятии: социальная психология, история, политика. Улан-Удэ: БГУ, 1997. 184 с.
28. Кириллова Н. Н. Предмет и методы исследования идиоэтнической фразеологии: Текст лекции; Ленингр. гос. пед. ин-т им. А. И. Герцена. Ленинград : ЛГПИ, 1988. 54 с.
29. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. Москва: Изд-во Московского университета. 1971. 267 с.
30. Ковшова М. Л. Культурно-национальная специфика фразеологизмов (когнитивные аспекты): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Москва, 1996. 244 с.
31. Коновець С. П. Комунікативно-прагматичні особливості актуалізації фразеологізмів у дискурсі сучасної: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.05. Київ, 2002. 16 с.
32. Коновець С. П. Компаративний аналіз фразеологізмів іспанської та української мов (етнокультурний аспект) : Проблеми семантики слова, речення та тексту. Київ, 2001. С. 99-105.
33. Крикніцька І. О. Англійські фразеологізми з кулінарним компонентом у когнітивно-семантичній парадигмі. Херсон: Південний архів. Філологічні науки. 2017. С. 91–95.

34. Крылов А. И. Фразеология в языке газеты / на материале испанского языка Республики Куба: автореф. дис... канд. филол. наук. 10.02.05. Москва, 1988. 16 с.
35. Крысько В. Г. Этническая психология. Москва: Издательский центр «Академия», 2002. 320 с.
36. Кубрякова Е.С. Начальные этапы становления когнитивизма: лингвистика — психология — когнитивная наука. Вопросы языкознания. Москва, 1994. С. 34-47.
37. Куклина И. Н. Явления фразеологизации и дефразеологизации в языке современной прессы: дис. ... кандидата филол. наук: 10.02.01. Москва, 2006. 251 с.
38. Кунин А. В. Английская фразеология: теоретический курс. – Москва : Высшая школа, 1970. 344 с.
39. Курчаткина Н. Н. Супрун А. В. Фразеология испанского языка: учеб. пособие. Москва: Высшая школа, 1981. 144 с.
40. Латыпова Л. Ч. Роль английских и русских фразеологических единиц в формировании модальности в тексте: автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.20. Волгоград, 2002. 18 с.
41. Левченко О. П. Фразеологічна репрезентація світу : Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук. праць. Київ: КНУ, 2002. С. 307–315.
42. Марковська А. В. Мовна картина світу та фразеологізми преси : Новітня філологія. Миколаїв: МДГУ ім. Петра Могили, 2007. №8(28). С. 5-12.
43. Марковська А. В. Фразеологізми як засіб реалізації авторських інтенцій у сучасній німецькомовній та україномовній пресі : Новітня філологія. Миколаїв: ЧДУ ім. Петра Могили, 2012. С. 79–88.
44. Марковська А. В. Прагматичні особливості фразеологізмів сучасної німецької та української преси: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук: спец. 10.02.15. Одеса, 2010. 18 с.
45. Маслова В. А. Лингвокультурология. Москва : Изд. центр “Академия”, 2001. 208 с.

46. Мішкур В. Г. Лінгвокогнітивна природа іспанських паремій з анімалістичним компонентом: дис. канд. філол. наук : 10.02.05. Київ, 2013. 249 с.
47. Моррис Ч. У. Основания теории знаков : Семиотика. Сборник переводов / Под ред. Ю. С. Степанова. М.: Радуга, 1982. 106 с.
48. Ужченко В. Д. Семантика українських зоофразеологізмів в етнокультурному висвітленні: автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. філол. наук: 10.02.01. Харків, 2000. 18 с.
49. Онищенко Ю.А. Место фразеологических оборотов в языке прессы : Наукові записки. 2009. С. 316-323.
50. Остапович О. Я. Національно марковані фразеологічні одиниці австрійського варіанту в сучасній німецькій мові: дис. канд. філол. наук: 10.02.04. Київ, 1999. 207 с.
51. Остин Дж. Л. Слово как действие : Новое в зарубежной лингвистике. Теория речевых актов. Вып. XVII. М., 1986. 423 с.
52. Патен І. М. Прагматичний аспект значення фразеологічних одиниць з семантикою пересування. Дрогобич, 2014. С. 52–59.
53. Петрова Н. Д. Фразеотематическое поле зоосемизмов в современном английском языке. дисс. канд. филол. наук: 10.02.05. Киев, 1983. 219 с.
54. Попова З. Д. Стернин И. А. Язык и национальная картина мира. Воронеж: Истоки, 2002. 195 с.
55. Попова З. Д. Стернин. И. А. Язык и национальная картина мира. Воронеж: Истоки, 2007. 61с.
56. Постовалова В. И. Картина мира в жизнедеятельности человека // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира: сб. науч. тр / отв. ред. Б. А. Серебрянников. Москва: Наука, 1998. С. 8-69.
57. Приходько А. Н. Концепты и концептосистемы. Днепропетровск : Белая Е. А. 2013. 307 с.

58. Пузиков М. А. Семантика и звуковой состав первичных и вторичных междометий (на материале русского языка): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Комсомольск-на-Амуре, 2006. 173 с.

59. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира / Б.А. Серебренников, Е.С. Кубрякова, В.И. Постовалова и др. М.: Наука, 1988. 216 с.

60. Рылов Ю. А. Аспекты языковой картины мира: испанский и русский языки: учеб, пособие. Воронеж: Изд-во Воронежского гос. Ун-та, 2003. 272 с.

61. Сасина С. А. Прагматический потенциал фразеологических единиц профессионального и терминологического происхождения в английском и русском. URL: http://www.vestnik.adygnet.ru/files/2008.2/679/Sasina2008_2.pdf (дата звернення: 20.11.2019)

62. Селіванова О. О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти): Монографія. Черкаси: Брама, 2004. 276 с.

63. Семотюк А. Т. Национально-культурная специфика структурно-синтаксической организации фразеологических единиц с зоосемическим компонентом современных английских и немецких языков. автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.20. Киев, 1996. 20 с.

64. Сімонок В. П. Поняття мовної та концептуальної картини світу : Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 8. Філологічні науки (мовознавство і літературознавство): Збірник наукових праць / Відп. ред. Л. І Мацько. Київ: НПУ імені М. П. Драгоманова, 2009. С. 33-38

65. Скитина Н. А. Лингво-когнитивный анализ фразеологической единицы с зоонимным компонентом: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Москва, 2007. 20 с.

66. Снитко Т. Н. Предельные понятия в Западной и Восточной лингвокультурах. Пятигорск : Изд-во Пятиг. гос. лингвист. ун-та, 1999. 156 с.
67. Столнейкер Р. С. Прагматика. Новое в зарубежной лингвистике. - М.: Прогресс, 1985. Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. С. 419—438.
68. Сыщикова Е. С. Пословицы и поговорки в испанской периодической печати : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.05. Москва, 2007. 23 с.
69. Телия В. Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. Москва : Языки русской культуры, 1996. 177 с.
70. Телия В. Н. Метафора как модель смысла произведения и ее экспрессивна-оценочная функция / Метафора в языке и тексте. Москва: Наука, 1988. С. 26-52.
71. Телия В. Н. О термине «фразама» (в связи с описанием вариантности фразеологизмов) / Проблемы лингвистического анализа: Фонология, грамматика, лексикология / отв. ред. Э. А. Макаев. Москва : Наука, 1966. С. 186-199.
72. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. Москва : Школа «Языки русской культуры», 1996. 288 с.
73. Ужченко В. Д. Семантика українських зоофразеологізмів в етнокультурному висвітленні: автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. філол. наук: 10.02.01. Харків, 2000. 18 с.
74. Прагматический потенциал фразеологических единиц профессионального и терминологического происхождения в английском и русском дискурсах №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/pragmaticheskiy-potentsial-frazeologicheskikh-edinit-professionalnogo-i-terminologicheskogo-proishozhdeniya-v-angliyskom-i-russkom> (дата звернення 10.03.2019)
75. Формановская Н. И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. Москва: Ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина, 1998. 291 с.

76. Харитончик З. А. Связующая функция метафоры : Когниция, коммуникация, дискурс. Направление: Филология. 2013. С. 107-111.
77. Черданцева Т. И. Идиоматика и культура. Вопросы языкознания. Москва, 1996. 66 с.
78. Шишкова Т. Н. Попок К. Л. Стилистика испанского языка. Минск: Высшая школа, 1989. 136 с.
79. ABC URL: <https://www.abc.es/> (дата звернення: 30.09.2019).
80. Agnieszka Szyndler. Zoomorfismos fraseologicos del espanol y del polaco: un estudio contrastivo desde el punto de vista de la linguistica cultural. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. 2014. 313 p.
81. Austin J. L. How to Do Things with Words. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1962. 166 p.
82. Buitrago A. Diccionario de dichos y frases hechas. Espasa, 2012. 90 p.
83. Cuadros Suárez S. J. Estudio comparativo de los fraseologismos con un componente animal en los idiomas español y ucraniano. Kyiv, 2001. 48 p.
84. Chamizo Domínguez P.J., Fuyin-Li Th. “Zoosemy in Spanish and Chinese: A semantic and cognitive analysis”. Research in Foreign Language and Literature, n.o 4/1, 2004. P. 78—84.
85. Dobrovol'skij D.O., Piirainen E. Figurative Language: Cross-Cultural and Cross Linguistic Perspectives. Amsterdam: Elsevier. 2005. 419 p.
86. El Mundo URL: <https://www.elmundo.es/> (дата звернення: 21.09.2019).
87. El País URL: <https://elpais.com/> (дата звернення: 26.09.2019).
88. Fernández Fontecha A., Jiménez Catalán R.M. “Semantic derogation in animal metaphor: a contrastive-cognitive analysis of two male/female examples in English and Spanish”. Journal of Pragmatics, Vol. 35, n.o 5, 2003. P. 771—797.
89. Garrido Medina J., 1993: “Relevancia e interpretación metafórica en Míau de Galdós”. Actas del IV Congreso Internacional de Estudios Galdosianos (1990), p. 401—412.

90. García Gallarín C. “Antropónimos de origen zoonímico”. *Revista de filología románica*, no15, 1998. P. 293—306.
91. Garcia-Page Mario *Introducción a la fraseología española estudio de las locuci.* Barcelona: Anthropos, 2008. 525 p.
92. Kekić K. “El lenguaje figurado con zoónimos en serbio”. *Language Design: Journal of Theoretical and Experimental Linguistics*, n.o 10, 2008. P. 107—131.
93. Kövecses Z. “Language, figurative thought and cross-cultural comparison”. *Metaphor and Symbol*. 2003: Vol. 18, n.o 4, p. 311—320.
94. Lakoff G.y Johnson M. *Metaphors We Live By.* University of Chicago Press, 1980; London, 2003. 192 p.
95. López Rodríguez I. “Of women, bitches, chickens and vixens: Animal metaphors for women in English and Spanish”. *Cultura, Lenguaje y Representación/ Culture, Language and Representation*, n.o 7, 2009. P. 77—100.
96. Luque Durán J.d.D., 2004: *Aspectos universales y particulares del léxico de las lenguas del mundo.* Granada: Granada Lingvistica. 665 p.
97. Martín Zorraquino M.A., 1986: “Sobre algunas expresiones fijas con nombres de animal en el español coloquial moderno”. *Estudios en homenaje al Dr. Antonio Beltrán Martínez.* Zaragoza: Universidad, P. 1259—1263.
98. Mellado Blanco C., 2005: ”Convergencias idiomáticas en alemán y español desde una perspectiva cognitivista”. En: Luque Durán J.d.D, Pamies Bertrán A., Eds., *La creatividad en el lenguaje: colocaciones idiomáticas y fraseología.* Granada: Método, P. 73—96.
99. Molina Plaza S., 2008: “De mujeres, gatos y otros animales: paremias y locuciones metafóricas y metonímicas en inglés y español”. *Paremia*, n.o 17, P. 91—100.
100. Millás J.J. Caen como moscas. URL: https://elpais.com/elpais/2019/02/18/eps/1550505314_705591.html (дата звернення: 05.03.2019)

101. Nazárenko L., Iñesta Mena E.M. “Zoomorfismos fraseológicos”. En: Luque Durán J.d.D., Pamies Bertrán A., Eds., 1998. P. 101—109.
102. Pamies Bertrán A. et al. “El perro y el color negro, o el componente valorativo en los fraseologismos”. En: Luque Durán J.d.D., Pamies Bertrán A. 1998. P. 71—86.
103. Pamies Bertrán A., Iñesta Mena E.M. “El miedo en las unidades fraseológicas: enfoque interlingüístico”. *Language Design*, Vol. 3. 2000. P. 43—79.
104. Pastor Corpas G. *Manual de Fraseología española*. Gredos. Madrid, 1996. 210 p.
105. Portolés J., 1994: “La metáfora y la lingüística: los atributos metafóricos con un enfático”. En: Demonte V., Ed., *Gramática del español*. México: El Colegio de México, págs. 531—556.
106. Ridington R., 1991: “On the Language of Benjamin Lee Whorf”. En: Brady I.A., *Anthropological Poetics*. Maryland: Rowman and Littlefield. P. 241—266.
107. Santos Domínguez L.A., Espinosa Elorza R.M. *Manual de semántica histórica*. 1996. Madrid: Síntesis. 223 p.
108. Talebinejad M.R., Dastjerdi H.V. “A cross-cultural study of animal metaphors: When owls are not wise!”. *Metaphor and Symbol*. 2005. Vol. 20, n.o 2, p.133—150.
109. Teun A. Van Dijk. *Cognitive and conversational strategies in the expression of ethnic prejudice*. *Text*, vol. 3-4, 1983. Amsterdam: Mouton Publishers. P. 375-404.
110. Tutáeva K. “La simbología del cerdo en la fraseología inglesa, rusa y española”. *Journal of Theoretical and Experimental Linguistics*, n.o 11, 2009. P. 5—27.
111. Vartínez Marín J. *Estudios de Fraseología española*. Málaga: Ed. Librería Agora, 1996. 35 p.

112. Velasco Menéndez J. Unidades fraseológicas deanimalísticas antropocéntricas en la fraseología rusa (una aproximación al análisis sistémico). Salamanca: Universidad de Salamanca, 2007. 142 p.

113. Villegas F. “Los animales en el habla costarricense”. Hispania, n.o 49, 1966. P. 118—120.

114. Vyshnya N., García Jove M.A. “Simbolismo de las paremias con el elemento animal en el español y ucraniano”. Paremia, n.o 14, 2005. P. 193—202.

RESUMEN

El objeto del estudio en este trabajo son los fraseologismos con un elemento zoonimo en la prensa moderna española.

El objetivo consiste en identificar las funciones lingvo-cognitivas y pragmáticas en el uso de los fraseologismos con el elemento zoonimo en la prensa moderna española.

La base teórica y metodológica: los principios fundamentales de la teoría de la fraseología española (V. M Thelia, N. N. Kurchatkina, V. G. Mishkur, A. I. Skrobot, A. V. Markovskaya, S. A. Sasinoy, Martinez Martin y otros)

El material de análisis de la prensa española reveló las características lingvocognitivas de los fraseologismos con el componente zoonónimo. En particular, en la cultura lingüística española una serie de expresiones fraseológicas con zoomorfismos verbalizan ciertos conceptos que son universales, por un lado, y tienen claras especificidades culturales nacionales, es decir: IRA, HAMBRE, GRACIOSO, MIEDO, LÁSTIMA, VELOCIDAD, FUERZA, ORGULLO, LABORIOSIDAD, AMISTAD, etc. La especificidad nacional y cultural de estos conceptos está asociada con aquellas imágenes y asociaciones que provocan ciertos animales en las mentes de los hablantes nativos de español, que se fijan en expresiones constantes. Las características lingüísticas y pragmáticas de los fraseologismos con un componente zoonónimo se revelan en los textos de prensa de diferente orientación temática, lo que da testimonio de la universalidad de este medio expresivo de habla. En particular, el impacto emocional al lector se debe al uso de fraseologismos con el componente zoonónimo en los textos de temas sociopolíticos, deportivos, económicos, culturales, etc.

Palabras clave: concepto, fraseologismo, lingüístico cognitivo, particularidades pragmáticas, zoonimo.

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Бутовська Людмила Володимирівна, студент(ка) 2-го курсу,

форми навчання денної, факультету іноземної філології,

спеціальність 035 Філологія, адреса електронної пошти lucibutik@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Лінгвокогнітивні та прагматичні особливості функціонування фразеологізмів з компонентом зоонімом у сучасній іспанській пресі»

відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) _____