

Авторы публикации**Матушевская Галина Васильевна***доцент, к.п.н.**Кафедра иностранных языков в сфере
международных отношений**Институт международных отношений**Казанский федеральный университет,**420008, Россия, Казань,**galamatou@yandex.ru**<http://orcid.org/0000-0003-4099-1075>***Authors of the publication****Galina Vas. Matushevskaya***associate professor, candidate of science**Institute of International Relations,**Kazan Federal University,**420008, Russia, Kazan,**galamatou@yandex.ru**<http://orcid.org/0000-0003-4099-1075>***Поступила в редакцию 10.10.2018.****Принята к публикации 01.11.2018.****УДК 81'26****ЛЕКСИЧЕСКИЕ И ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ
СПОРТИВНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СТАТЕЙ В ИСПАНСКОЙ ПРЕССЕ****С.О. Пупырева***SvOPupyreva@kpfu.ru****Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, Россия***

Аннотация. В рамках данной статьи рассматриваются лексические и грамматические особенности заголовков статей испанской прессы спортивной и экономической тематики на примере ведущих газет Испании. Актуальность темы определяется значительным потенциалом испанского языка, широтой его распространения в мире и необходимостью углубленного изучения активных языковых процессов в различных видах современной прессы Испании. Кроме морфологических и синтаксических составляющих, исследуются примеры употребления неологизмов, заимствований, терминов, имен собственных, сокращений и средств речевой выразительности. На основании сравнительно-сопоставительного и филологического анализа эмпирического материала, в статье представлены выводы об лингвистических особенностях заголовков испанской прессы.

Ключевые слова: газетные заголовки; испанская пресса; лексические особенности; грамматические особенности; спортивные статьи; экономические статьи.

Для цитирования: Пупырева С.О. Лексические и грамматические особенности заголовков спортивных и экономических статей в испанской прессе // Казанский лингвистический журнал. 2018, том 1, № 2 (1). С. 24–33.

LEXICAL AND GRAMMATICAL PECULIARITIES OF THE HEADLINES OF SPORT AND ECONOMIC ARTICLES OF THE SPANISH PRESS

S.O. Pupyreva
SvOPupyreva@kpfu.ru

Kazan Federal University, Kazan, Russia

Abstract. The article describes the lexical and grammatical peculiarities of the headlines of the leading Spanish sports and economic newspapers. The relevance of the topic is determined by the significant potential of the Spanish language, the breadth of its distribution in the world and the need for in-depth study of the active language processes in various types of modern Spanish press. The article presents morphological, syntactic and such lexical features as neologisms, borrowings, terms, proper names, abbreviations and figures of speech. Based on a comparative and philological analysis of empirical material, the article presents conclusions about the linguistic features of the headlines of the Spanish press.

Key words: newspaper headlines; Spanish press; lexical features; grammatical features; sports articles; economic articles.

For citation: Pupyreva S.O Lexical and grammatical peculiarities of the headlines of sport and economic articles of the Spanish press // Kazan linguistic journal. 2018. Vol. 1, No. 2 (1). Pp. 24–33.

Человечество и в древние века, и в средние, и теперь испытывает постоянную потребность иметь доступ к информации о жизни общества, мировой цивилизации.

Обширный информационный поток ежечасно, ежедневно идет со страниц газет, по радио, телевидению, а в наше время и газет в электронной версии. Средства массовой коммуникации являются генераторами новых социальных тенденций: от политических отношений до норм и ценностей. Они выступают в качестве неперенных инструментов развития бизнеса и экономики, способствуют обмену идеями, стимулируют познания других культур и реалий [2, С.3].

В данной статье мы обратимся к такому типу СМИ, как пресса, а именно к газетному заголовку, от удачного выбора которого часто зависит прочтение статьи в газете. Главная цель данной работы – выявить основные лексические и грамматические особенности газетных заголовков статей экономической и спортивной тематики прессы Испании, чтобы в дальнейшем использовать полученные результаты при переводе заголовков статей с испанского языка на русский язык.

Эмпирической базой исследования стали заголовки статей экономической и спортивной тематической направленности за 2015 – 2017 года ведущих газет Испании, таких как El País, El Mundo, ABC, La Razón, Marca, AS. В процессе исследования было проанализировано более 250 заголовков.

Обращаясь к лексическому уровню, необходимо отметить, что в заголовках испанской прессы активно функционируют неологизмы, образующиеся при помощи суффикса –izar. Например, «Нау que optimizar el empleo en el mundo» (La Razón, 15.10.15) –

«Мы должны обеспечить максимальную трудовую занятость». Встречаются также парасинтетические неологизмы-существительные, образованные от соответствующих глаголов с помощью префикса *des-* и суффикса *-ción*. Например, «Desmutualización, clave para un mercado de capitales renovado y competitivo» (ABC, 12.02.16) – «Потеря взаимного статуса – ключ для нового и конкурентоспособного рынка капиталов» [4, С.4].

Вступление Испании в Европейский союз нашло, в частности, отражение в словообразовательных неологизмах. Так, в современной испанской прессе узуальные сложные слова, включающие компонент *euro*: *eurogrupo*, *eurodiputado*, *europarlamentario*, *eurocomisión*, *euromercado*, *eurovisión*, *erocomisaria*. Компонент встречается как в заголовках спортивной журналистики, так и в экономических статьях. «El Eurogrupo pide medidas adicionales a España para reducir el déficit» (El Mundo, 23.11.15) – «Еврогруппа считает, что Испании необходимо провести дополнительные меры с целью сокращения дефицита». «Eurobasket 2015: España gana el oro» (Marca, 20.09.15) – «Испанская сборная выиграла Чемпионат Европы по баскетболу 2015».

Таким образом, неологизмы выполняют на страницах газет прагматическую функцию, позволяя в яркой образной форме передавать новые значения и понятия. В настоящее время испанский язык, равно как и другие языки, продолжает расширять свой лексический запас за счет иноязычных заимствований. Особенно заметно сейчас воздействие английского языка. «¡Así ganó Gisela Pulido su décimo mundial de kitesurf!» (Marca, 25.12.15) – «Гизела Пулидо десятый раз стала чемпионкой мира по кайтсерфингу».

Все большее распространение получают заимствования из баскского языка. В первую очередь это объясняется внутренними социально-политическими причинами, а именно сепаратистскими тенденциями. Например, «*kale borroka*» – уличные беспорядки («La 'kale borroka' del deporte invade el fútbol» (AS, 10.12.16) – «Уличные беспорядки вторгаются в футбол»).

Подробнее следует остановиться на сокращениях лексического уровня, необходимых для экономии пространства. К лексическим сокращениям относятся единицы, которые имеют две графические и две звуковые формы. В спортивных статьях сокращения используются для обозначения спортивных явлений, названий телеканалов, спортивной лиги. Например, «La FIFA estrecha el cerco sobre Villar» (AS, 23.10.15) – «ФИФА начинает расследование против президента Королевской испанской футбольной федерации Вильяра», «La LFP quiere comenzar la Liga 2015 – 16 el próximo 15 de Agosto» (Marca, 29.05.15) – «Испанская федерация по футболу хочет начать Ла Лигу 2015/16 15 августа». Что касается заголовков статей экономической тематики, сокращения используются чаще всего для обозначения компаний, организаций макроэкономических показателей, валюты и т.д. La UE quiere retirar los billetes de 500 euros (ABC, 12.02.16).

Результаты анализа лексической составляющей показывают большой процент имён собственных. Были получены следующие данные: Из 112 заголовков спортивной тематики 67% составляют имена спортсменов (Sánchez Flores, Antonio Peñalver, Luis Enrique, Serena Williams, Cristiano Ronaldo, Messi, David Meca), 18% – топонимы (Milan, Barcelona, Berlin, Argentina, Rusia, China, Málaga), 15% – названия команд (Real Madrid, Atletico, Barcelona, Barça). Из 114 экономических заголовков 62% составляют названия организаций, банков, компаний (Iberia Express, FMI, Banco Santander), 38% – топонимы.

Говоря о лексических особенностях, определенный интерес представляют лексические средства выразительности, которые являются достаточно частым явлением в журналистских текстах, среди них можно выделить:

1) Метафоры. Например, «Bruno: "No me cabe en la cabeza que se haga algo como esto"» (Marca, 16.02.15) – «Бруно: «У меня не укладывается в голове, как можно сделать что-то подобное».

2) Олицетворения. Например, «Los precios caen un 0,3% en agosto en Aragón respecto al mes anterior» (ABC, 11.09.15) – «Падение цен на 0.3 % в августе в Арагоне».

3) Эпитеты. Например, «La despedida gloriosa de Dan Carter» (El País, 31.10.15) – «Славное прощание с Дэном Картером».

4) Антономасию. Например, в спортивной журналистике бывшего испанского шоссейного велогонщика Федерико Мартина Баамонтеса постоянно называли «Орлом из Толедо» [14, С.7]. (El día en que «el Águila de Toledo» voló sobre París (ABC, 18.07.13) – «День, когда «Орел из Толедо» пролетел над Парижем».

5) Метонимию. Например, «Vendieron un Picasso por 28 millones de dólares» (ABC, 4.02.16) – «Пикассо продали за 28 миллионов долларов».

6) Синонимы широко употребляются как в спортивной прессе (balón – pelota, esférico, bola, cuero, etc), (campo – estadio, terreno de juego, césped, cancha), так и в экономической (crédito – préstamo, adelanto, hipoteca, anticipo, financiación), (cuota – contingente, suma, contribución, cupo). Например, «Abengoa subscribe un préstamo de 137 millones de euros con varios fondos» (24.03.16, El País) – «Испанский промышленный конгломерат Абенгоа оформляет кредит в размере 137 млн евро с несколькими фондами», «El crédito, un problema de demanda» (19.07.16, El País) – «Кредит, проблема спроса».

Как мы можем полагать, исходя из примеров, образная лексика помогает оживить язык и увлечь читателя. Но помимо апеллятивной функции она выполняет и другие, в том числе дает журналисту возможность адаптировать текст к определенному стилю и времени.

Проведенный анализ выявил широкое употребление терминов в заголовках как в статьях экономических, так и спортивных. Большинство спортивных терминов связаны с футболом. Приведем несколько примеров: el creador – плеймейкер, разыгрывающий («Messi es elegido como el mejor creador de juego del mundo» (AS, 29.12.16) – «Месси – лучший плеймейкер 2016 года»), el ultra trail – ультрамарафон («Luis Alberto Hernando, de nuevo campeón del mundo de ultra trail» (Marca, 23.07.16) - «Луис Альберто Эрнандо, новый Чемпион мира в ультрамарафоне»), el entrenador – тренер («Simeone, nombrado mejor entrenador del mundo» (Marca, 31.07.16) «Симеоне - лучший тренер в мире»).

Приведем примеры экономических терминов, встречаемых в заголовках: el déficit comercial – коммерческий дефицит (El déficit comercial se reduce un 10,5% en los dos primeros meses del año (ABC, 21.04.16) – «Коммерческий дефицит уменьшился на 10,5% в первые два месяца года»), el PIB – ВВП (El PIB creció un 0,8% en el primer trimestre (El País, 27.09.16) – «В первом квартале ВВП вырос на 0,8%»), el pentacampeón del mundo – пятикратный чемпион мира («Marc Márquez, pentacampeón del mundo» (Marca, 16.10.16) – «Марк Маркес – пятикратный чемпион мира»).

Результаты проведенного нами анализа позволяют сделать некоторые частные выводы, представляющие интерес для нашего исследования. Заголовки обладают высокой терминованностью, при этом в экономических заголовках терминов присутствует больше (71%), чем в заголовках спортивных статей (55%). Присутствует большее количество имен

собственных: в 80% заголовков спортивной тематики, в 75% заголовков экономических статей.

Встречаются иноязычные заимствования (12% – в спортивных заголовках, 15% – в экономических заголовках), средства речевой выразительности (15% – в спортивных заголовках, 11% – в экономических заголовках), сокращения (11% – в спортивных заголовках, 15% – в экономических заголовках) и неологизмы (10% – в спортивных заголовках, 8% – в экономических заголовках).

Проанализировав лексические особенности заголовков, мы пришли к выводу, что особое значение имеют имена собственные и термины, так как они встречаются в наибольшем количестве примеров. Соответственно, читатель обращает большее внимание на эти составляющие [7, С.39-42].

Что касается грамматических особенностей испанской прессы, то заголовки зачастую представляют собой неполные предложения, некоторые слова опускаются, но, несмотря на это, они все равно переводятся, иначе заголовок на русском языке не будет иметь смысла. Эллиптические заголовки обладают некоторой фразеологичностью. Эта особенность эллиптических конструкций реализуется, когда они используются в качестве заголовка. Попадая в заголовок, такие конструкции получают большую самостоятельность, их неполнота ощущается слабее, в этом случае заголовок структурно выступает как полное предложение, несмотря на формальное сходство с неполным. При этом языковая экономия может проявляться в синтаксической структуре газетного текста различными способами [5, С.10].

Наиболее частотное явление – это эллипсис. Один из примеров эллипсиса является опущение артикля: «*Benzema se pierde el último partido de _ Liga por una rotura fibrilar*» (Marca, 4.05.15).

Кроме того, нами отмечены случаи эллипсиса элемента, выполняющего синтаксическую функцию дополнения. В заголовке «*Crespo dice que el Gobierno está estudiando dar el anticipo*» (El País, 07.09.15) после глагольной формы «*está estudiando*» следует синтаксически некорректное употребление инфинитива «*dar*», и ясно ощущается нехватка имени существительного в функции дополнения, выраженного далее в статье существительным «*la solicitud*»: «*La delegada del Gobierno en Andalucía, Carmen Crespo, trasladó este jueves que el Gobierno central «está estudiando» la solicitud de un anticipo de 1.000 millones de euros realizada por la Junta de Andalucía*» [5, С.12].

Именной эллипсис – это структурно-функциональный тип эллиптической конструкции, отличающийся пропуском во фразе существительного в функции подлежащего. Например, «*Detienen a Diego León Osorio con drogas en el aeropuerto*» (Marca, 14.10.16) – «Бывший футболист Диего Леон был задержан с наркотиками в аэропорту».

Другим структурно-функциональным типом эллипсиса является глагольный эллипсис, отличительная черта которого – отсутствие в высказывании глагола, обозначающего действие или состояние предмета: «*Millones de personas en el mundo sin agua potable*» – «Миллионы людей на Земле живут без питьевой воды» (ABC, 20.10.15).

Часто опускаемым элементом является глагол ***decir*** «говорить» в выражениях косвенной речи, где происходит разделение субъекта и его воспроизводимых слов. Субъект ставится в начало заголовка и отделяется от приводимой цитаты двоеточием. Данный подвид глагольного эллипсиса выделяется при условии, что опускаемый глагол принадлежит к группе глаголов, служащих для выражения мысли [5, С.15]. Например, «*Cristiano: «Estoy muy feliz en el Real Madrid*» (Marca, 28.06.15) – «Я очень счастлив в Реал Мадриде».

Другим синтаксическим средством реализации принципа экономии является использование так называемого *condicional de rumor* для передачи новости, в подлинности которой имеются сомнения. Данный вид глагольного времени/наклонения используется для передачи чужого мнения или утверждения, подлинность которого находится в зависимости от какого-либо условия: «*Un empleado de un banco se habría suicidado tirándose desde la Acrópolis*» (El Mundo, 28.06.15) – «Сотрудник банка покончил с собой, прыгнув с Акрополя». Данное явление можно считать проявлением принципа экономии в первую очередь со стороны внешней формы, так как автор избегает дополнительных объяснений и ссылок на источник сообщения.

В высшей степени экономным средством выражения является тип синтаксической компрессии, где графический знак дефиса играет роль связки, заменяющей различные языковые элементы (предлоги, союзы), например, «*Comentarios: Bayern Múnich – Barcelona 3:2*» (Marca, 12.05.15).

Помимо использования дефиса, в структуре испанского заголовка обращает на себя внимание особая синтаксическая организация на основе двоеточия, «*El fiasco de las oficinas de empleo: sólo colocaron al 1,7% en 2015*» (El Mundo, 21.04.16), «*Cristiano Ronaldo: su temporada 2014/15 en la Liga*» (Marca, 24.05.15). Эти знаки препинания, помимо экономии места, позволяют автору заинтересовать реципиента и привлечь внимание к наиболее значимым элементам заголовка.

Характерной особенностью испанской прессы являются номинативные формы заголовков, по сравнению с динамичным изложением событий глагольных заголовков, они выражают статичную перспективу наиболее присущими газетному тексту способами: кратко и лаконично. Например, «*Novedades fiscales que afectan a la vivienda*» (El País, 15.03.15) – «Нововведения жилищного налогообложения», «*Resultados Liga BBVA 2015/2016*» (AS, 7.05.15) – «Результаты Чемпионата Испании по футболу 2015/2016».

Заголовки могут представлять собой утвердительное предложение, иногда выступают в форме вопроса: «*El petróleo y el euro se derrumban*» (ABC, 12.02.15) – «Нефть и курс евро вернулись к синхронному обвалу», «*¿Por qué es peligroso comprar el dólar?*» (ABC, 20.02.15) – «Почему опасно покупать доллар?». Редко встречаются восклицательные предложения: «*¡Así ganó Gisela Pulido su décimo mundial de kitesurf!*» (Marca, 25.12.15) – «Гизела Пулидо десятый раз стала чемпионкой мира по кайтсерфингу».

Что касается порядка слов в предложении, необходимо отметить несколько отличий, существующих между двумя языками.

Прилагательные в отличие от русского языка, располагаются чаще всего после определяемого им существительного; после существительного расположены и подчиненные ему конструкции с предлогом (de и др.): «*El club de fútbol más valioso del mundo*» (Marca, 30.01.17) – «Самый богатый футбольный клуб в мире».

Испанские предложения нередко начинаются с глагола-сказуемого, за которым следует дополнение, подлежащее или обстоятельство места: «*Llega a México nueva marca de coches*» (El País, 16.02.16) – «Новая автомобильная марка в Мексике».

Обороты *por (la) invitación de, invitado por* – «по приглашению» могут встретиться в различных местах испанского текста: в его начале, в середине и в конце. Их русский эквивалент «по приглашению» используется, как правило, в начале предложения. Например, «*El creador de la marca La Martina expone en Mendoza invitado por AEM*» (ABC, 18.06.15) –

«По приглашению Аргентинской школы предпринимателей марка La Martina будет представлена на выставке в Мендосе».

Проанализировав *морфологические особенности* заголовков статей испанской прессы, мы сделали вывод, что чаще всего глагол употребляется в настоящем времени изъявительного наклонения (**Presente de Indicativo**), хотя факты, которые они излагают, обычно относятся к прошедшему времени. Такой прием используется для выполнения одной из главных целей журналиста – актуализации события.

Анализ глагольных наклонений, используемых в заголовках испанской периодической печати, показал, что большая часть глаголов употребляется в изъявительном наклонении (**Modo Indicativo**). Повелительное наклонение (**Modo Imperativo**) применяется испанскими журналистами с целью привлечения читателя на свою сторону, поэтому в заголовках испанских медиатекстов чаще встречается форма второго лица (tú, vosotros), например, «*Levántala Barça*» (Marca, 16.04.16) – «Болей за Барсу».

В испанском языке существует сослагательное наклонение (**Subjuntivo**), которое используется для выражения побуждения к действию, просьбы, требования, запрета, разрешения, совета, сомнения, неуверенности, эмоциональной оценки и т.д. В исследуемых примерах *Subjuntivo* употребляется для выражения эмоций. Например, «*Luis Enrique: «Espero que el partido se rija por parámetros deportivos»*» (El País, 17.12.16) – «Надеюсь, что матч будет регулироваться спортивными параметрами».

В заголовках могут появляться глаголы в неличной форме: инфинитив, герундий или причастие. Как известно, грамматическими формами времени, наклонения и лица они не обладают, однако в них выражена аспектуальность действия: начальная форма глагола представляет действие в потенции реализации («*Vivir bajo la autopista por 130 euros*» (El Mundo, 26.03.2016) – «Жизнь под шоссе за 130 евро»), герундий – действие в процессе развития («*Observando el precio del petróleo*» (La Razón, 8.01.2015) – «Наблюдая за ценой на нефть»), причастие – окончание действия («*El FMI dispuesto a dar ayuda a Irlanda, pero ¿a qué precio?*» (ABC, 14.11.15) – «МВФ готов предоставить помощь Ирландии, но какой ценой?»). Эти признаки придают разную стилистическую окраску газетному высказыванию [3, С.14 – 15].

Иногда встречаются заголовки с употреблением будущего времени (**Futuro de Indicativo**), которые переводятся в будущем времени: «*Al menos 304 deportistas representarán a España en Río*» (Marca, 14.07.16) – «Испанию на играх в Рио будут представлять 304 спортсмена», «*¿Qué rumbo tomará el precio del dólar en el 2016?*» (El País, 20.02.16) – «Прогноз: Какой будет курс доллара в 2016 году?».

Простое условное наклонение (**Condicional/Potencial Simple**) в испанском языке означает возможное и вероятное действие в настоящем, прошедшем или будущем времени. Употребляется оно в нескольких случаях: чтобы обозначить желаемое или вероятное действие в настоящем, прошедшем и будущем; чтобы придать просьбе оттенок вежливости; для согласования времен, в придаточных предложениях. В проанализированных нами примерах заголовков условное наклонение используется для выражения вероятного действия в будущем. Например, «*El colapso de Schengen le costaría más de € 1,4 mil millones a la UE*» (ABC, 20.04.16) – «В случае распада Шенгена ЕС потеряет более 1,4 млн евро», «*¿Cuánto dinero costarían unas nuevas elecciones?*» (ABC, 12.04.16) – «Сколько буду стоить перевыборы в Испании?». Главная лингвопрагматическая функция употребления этой формы состоит в подчеркивании того, что автор пользуется предположениями,

неподтвержденной информацией. Также форма **Potencial** помогает журналисту не перегружать заголовок дополнительными синтаксическими и лексическими единицами, выражающими неуверенность или личное отношение к изложенному в статье факту.

Pretérito imperfecto de indicativo употребляется для выражения действия, которое не имело определенного момента начала или конца. Используется это время: для описания действий, которые обычно повторялись в прошлом; для действий, на фоне которых происходят другие действия; для сообщения времени и возраста; при описании характеристик людей, вещей или условий (состояний) в прошлом; для обозначения двух действий, совершаемых параллельно; в вежливых высказываниях; в случае косвенной речи, при согласовании времен. В проанализированных примерах в большинстве случаев данная грамматическая форма используется при описании состояний в прошлом. Например, «*Serena Williams: Mi sueño era ser el número uno del tenis mundial, no solo la mejor tenista mujer*» (El País, 17.12.16) – «Моя мечта была стать номером один в мире тенниса, а не только лучшей женщиной-теннисисткой».

В заголовках спортивных статей преобладают глаголы в форме активного залога, так как это все действия, в большинстве случаев, совершаются кем-либо. Глаголы в форме пассивного залога, по сравнению с активным залогом, встречаются гораздо реже. Пример в пассивном залоге: «*Carlo Ancelotti fue despedido como entrenador del Real Madrid*» (Marca, 25.05.15) – «Карло Анчелотти был уволен с должности тренера ФК «Реал Мадрид». Заголовок в активном залоге: «*El Barça y Nike sellan un acuerdo de 155 millones al año*» (Marca, 21.05.16) – «Барса и Найк заключили контракт на 155 млн». В заголовках экономической тематики пассивный залог встречается гораздо реже, чем активный. Например, «*Messi es elegido como el mejor creador de juego del mundo*» (AS, 29.12.16) – «Месси назван лучшим футбольным плеймейкером года», «*El restaurante de los Messi abre sus puertas en Barcelona*» (El País, 20.03.2016) – «В Барселоне открылся ресторан братьев Месси».

В результате анализа было выявлено также, что в экономических текстах часто используется конструкция *существительное + предлог «a» + инфинитив*. Она означает предмет, подвергаемый (в настоящем или будущем) определенному воздействию. На русский язык эту конструкцию переводят страдательным причастием, причастным оборотом или придаточным предложением: «*Bitcoin y el Mundo Bancario Medidas a Tomar?*» (ABC, 6.10.16) – «Биткойн и принимаемые Мировым Банком меры».

Подведем итог нашего анализа грамматических особенностей испанских заголовков. Утвердительные предложения (93% в экономических заголовках, 97% в спортивных заголовках) преобладают над вопросительными и восклицательными (7% и 3%), которые встречаются достаточно редко. Часто используется такая грамматическая конструкция, как эллипсис. Неполные предложения в экономических заголовках встречаются в 22% и в спортивных заголовках в 48%. Глаголы сказуемые чаще всего употребляются в настоящем времени *Presente de indicativo* (в заголовках экономической тематики – 71%, в заголовках спортивной тематики – 67%).

Таким образом, следует подчеркнуть, что грамматика испанского и русского языка существенно отличается. Для адекватного перевода газетных заголовков, нужно хорошо знать не только правила написания заголовков российских газет, но и грамматические различия в структуре ИЯ и РЯ.

В заключении хотелось бы отметить, что изучение данного вопроса не стоит на месте, и в дальнейшем возможно исследование особенностей перевода газетных заголовков испанской прессы. Однако важно помнить, что при переводе текста оригинала, переводчик должен учитывать не только лингвистические, но и экстралингвистические факторы, так как в каждом народе, в каждой нации присутствует свое мировоззрение, свои реалии [1, С.250]. Переводчик пытается как можно точнее и полнее получить информацию, будучи рецептором. Для него важно обладать теми же фоновыми знаниями, какими обладает автор текста, для осуществления адекватного перевода [6, С.122].

Литература

1. *Алексеева И.С.* Введение в перевод введение: учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2004. 352 с.
2. *Алимова Р.Р.* Неология в современном испанском газетно-публицистическом дискурсе: деривационные и лексико-семантические процессы: автореф. на соискание уч. степени канд. филол. наук. М., 2013. 22 с.
3. *Арутюнова Н.Д.* Трудности перевода с испанского языка на русский: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2014. 257 с.
4. *Бобков А.К.* Газетные жанры: учеб. пособие. Иркутск, 2005. 64 с.
5. *Ковригина А.И.* Реализация принципа экономии языковых средств в современной испанской прессе: лексико-синтаксический аспект: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук. Москва, 2013. 25 с.
6. *Мухтарова А.Д., Палутина О.Г.* Особенности перевода испанских текстов общественно-политического характера на русский язык (на материалах информационного агентства Euronews) // Сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа, 2016. С.122–123.
7. *Пупырева С.О., Палутина О.Г.* Лексические особенности заголовков спортивных и экономических статей в испанской прессе // Terra Linguae: Сб. науч. ст. вып. 3. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2017. С.39–42.
8. ABC. // URL: <http://www.abc.es> (дата обращения: 1.03.16).
9. AS. // URL: <http://as.com/> (дата обращения: 5.09.16).
10. El Mundo del Siglo XXI. // URL: <http://www.elmundo.es> (дата обращения: 10.03.16).
11. El País. // URL: <http://elEl País.com> (дата обращения: 1.03.16).
12. Marca. // URL: <http://www.marca.com/> (дата обращения: 2.10.16).
13. La Razón. // URL: <http://www.elmundo.es> (дата обращения: 1.03.16).
14. *Rojas Torrijos J.L.* Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de future. Revista del Instituto de Investigación Escuela de Ciencias de la Comunicación, №1. 2014. С. 179–192.

References

1. Alekseeva, I.S. (2004). *Vvedenie v perevod vvedenie* [Introduction to translation introduction]: ucheb. posobie dlia stud. filol. i lingv, fak. vyssh. ucheb. zavedenii. St-Petersburg.: Filologicheskii fakul'tet SPbGU, 352 p. (In Russian)
2. Alimova, R.R. (2013). *Neologiiia v sovremennom ispanskom gazetno-publitsisticheskom diskurse: derivatsionnye i leksiko-semanticheskie protsessy* [Neology in modern Spanish

newspaper-public discourse: derivational and lexical-semantic processes]: avtoref. na soiskanie uch. stepeni kand. filol. nauk. M., 22 p. (In Russian)

3. Arutiunova, N.D. *Trudnosti perevoda s ispanskogo iazyka na russkii* [Difficulties of translation from Spanish into Russian]: uchebnoe posobie. M.: KNORUS, 2014. 257 p. (In Russian)

4. Bobkov, A.K. *Gazetnye zhanry* [Newspaper genres]: ucheb. posobie. Irkutsk, 2005. 64 p. (In Russian)

5. Kovrigina, A.I. *Realizatsiia printsipa ekonomii iazykovykh sredstv v sovremennoi ispanskoi presse: leksiko-sintaksicheskii aspekt* [The implementation of the principle of economy of language means in the modern Spanish press: the lexico-syntactic aspect]: avtoref. dis. na soiskanie uch. stepeni kand. filol. nauk. Moskva, 2013. 25 s. (In Russian)

6. Mukhtarova, A.D., Palutina, O.G. (2016). *Osobennosti perevoda ispanskikh tekstov obshchestvenno-politicheskogo kharaktera na russkii iazyk (na materialakh informatsionnogo agentstva Euronews)* [Features of the translation of Spanish texts of a socio-political nature into Russian (on the materials of the Euronews news agency)] // *Sbornik statei Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*. Ufa, Pp.122–123. (In Russian)

7. Pupyreva, S.O., Palutina, O.G. (2017). *Leksicheskie osobennosti zagolovkov sportivnykh i ekonomicheskikh statei v ispanskoi presse* [Lexical features of the headlines of sports and economic articles in the Spanish press] // *Terra Linguae: Sb. nauch. st. vyp. 3*. Kazan': Izd-vo Kazan. un-ta, Pp.39–42. (In Russian)

8. ABC. // URL: <http://www.abc.es> (accessed: 1.03.16).

9. AS. // URL: <http://as.com/> (accessed: 5.09.16).

10. El Mundo del Siglo XXI [The World of the 21st Century]. // URL: <http://www.elmundo.es> (accessed: 10.03.16).

11. El País [The Country]. // URL: <http://elEl Pais.com> (accessed: 1.03.16).

12. Marca [Brand]. // URL: <http://www.marca.com/> (accessed: 2.10.16).

13. La Razón [Reason]. // URL: <http://www.elmundo.es> (accessed: 1.03.16).

14. Rojas Torrijos, J.L. *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de future* [Sports journalism. New trends and future perspectives]. *Revista del Instituto de Investigación Escuela de Ciencias de la Comunicación*, №1. 2014. C. 179–192.

Авторы публикации

Пунырева Светлана Олеговна – преподаватель кафедры европейских языков и культур Высшей школы иностранных языков и перевода Института международных отношений Казанского федерального университета, г. Казань, Россия.
E-mail: SvOPupyreva@kpfu.ru

Authors of the publication

Pupyreva Svetlana Olegovna – Lecturer, Department of European Languages and Cultures, Higher School of Foreign Languages and Translation, Institute of International Relations, Kazan Federal University, Kazan, Russia.
E-mail: SvOPupyreva@kpfu.ru

Поступила в редакцию 15.10.2018.

Принята к публикации 10.11.2018.