

Наиболее яркие работы были представлены на международной выставке 1937 г. в Париже. Все они имели прореспубликанский характер. Сильное впечатление на мировую общественность произвели картины «*Guernica*» П. Пикассо и «*El Campesino catalán en rebeldía*» Ж. Миро, а также скульптуры «*La Montserrat*» Х. Гонсалеса и «*El Pueblo Español*» А. Санчеса.

Литература обрела военизированный, боевой характер. Наибольшее распространение получила поэзия. Она стала остросоциальной, политизированной и ко всему прочему положительно повлияла как на повышение грамотности населения, так и на поддержание морального и боевого духа солдат, так как поэмы и стихи постоянно звучали в окопах и траншеях. Поэзия не просто являлась неотъемлемой частью того времени, она была его требованием. Самым крупным поэтом этого периода стал поэт-солдат Мигель Эрнандес, главными «военными» сборниками которого были «*Viento del pueblo*» (1937) и «*El hombre acecha*» (1938).

Таким образом, культура Испании в годы гражданской войны претерпела изменения, став важнейшим инструментом пропаганды. Вместе с тем она сохранила в себе память о тех страшных событиях, чтобы будущие поколения не повторяли ошибок своих предшественников.

## **Н. Вишневская**

### **ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА ИСПАНИИ В ЛАТИНОАМЕРИКАНСКИХ СМИ**

Одним из важных функциональных направлений СМИ является создание имиджа государства, поскольку построение партнерских отношений со странами, привлечение крупных инвесторов, экспорт товаров, создание туристической базы становится труднее, если у страны нет своей позитивной репутации. В данном случае СМИ как источник информации выступает ключевым субъектом формирования имиджа страны, что мотивирует изучение лингвистических механизмов построения образа того или иного государства, как, например, Испании латиноамериканскими СМИ.

В ходе анализа выявлены два основных инструмента в формировании образа Испании: выбор темы и использование определенных языковых единиц.

Выбор темы публикации об Испании является, на наш взгляд, весьма эффективной технологией, поскольку позволяет задать общий позитивный или негативный тон сообщению и создать у читателя определенные эмоционально-оценочные ассоциативные связи со страной. В латиноамериканских СМИ преобладают статьи о политике и экономике, ср.: *Imputan al BBVA en España en un caso de espionaje empresarial* (в данной статье речь идет о коммерческом шпионаже, инкриминируемом одному из авторитетных испанских банков); *Macri recibe al rey de España con voluntad para los negocios pero sin aval para acuerdos* (в этой публикации затрагивается тема

возможного экономического сотрудничества между Испанией и Аргентиной, но при этом высказывается сомнение в успешности переговоров). Также могут рассматриваться такие темы, как медицина, литература, музыка, история. Однако даже эти темы не могут избежать той негативной призмы, через которую очень часто латиноамериканские СМИ видят образ Испании. Так, например, в статье об актрисе Ане Дэ Армас (*Ana de Armas, la actriz que España subvaloró y Hollywood abrazó*) заметно некоторое пренебрежительное отношение к Испании, не сумевшей оценить талант актрисы.

Среди употребляемых авторами статей об Испании языковых единиц особую позицию, на наш взгляд, занимают лексемы с отрицательно-оценочной коннотацией (*bloqueo, augurar*), хотя, нередко случаи использования и положительной оценочной лексики (*invitado de honor, cooperación*). Весьма эффективным средством представляется употребление эпитетов (*persistente y crónico bloqueo, final incierto, amplia delegación*).

Доминирование негативных настроений в публикациях об Испании (около 50 % анализируемых статей, при этом 25 % статей носят нейтральный и 25 % – позитивный характер) обусловлено, как представляется, известными историческими событиями. Тем не менее наличие нейтральных и позитивных сообщений отражает установку латиноамериканского общества на укрепление общественно-политических, экономических и культурных связей с Испанией.

## А. Горбель

### МЕТАКОММУНИКАТИВНЫЕ ЕДИНИЦЫ В ФУНКЦИИ КОНТРОЛЯ НАД СОБЛЮДЕНИЕМ ПРИНЦИПА КООПЕРАЦИИ В РАЗГОВОРНО-БЫТОВОМ ОБЩЕНИИ

В самом общем смысле метакоммуникация понимается как коммуникация о коммуникации, а одной из основных функций метакоммуникативных единиц (МКЕ) является регулирование процесса общения. Как показал проведенный анализ, значительная часть МКЕ в разговорно-бытовой коммуникации коррелирует с четырьмя категориями (максимами) принципа кооперации Г. П. Грайса. Рассмотрим подробнее данные МКЕ.

1. Мониторинг количественных параметров коммуникации осуществляется двумя основными способами – а) указанием на избыточность информации, сообщаемой собеседником, либо экспликацией говорящим стремления быть максимально кратким: *ve (iré) al grano, hable (hablaré) sin rodeos, podría ser (voy a ser) más breve*; б) указанием на недостаточность информации, сообщаемой собеседником, либо экспликацией говорящим намерения подробно изложить нечто: *cuéntame (voy a contar) (más) detalles; necesito saber los detalles; voy a contarlo (más) detalladamente*.

2. Мониторинг качественных параметров коммуникации. Среди адресатно-ориентированных МКЕ данной группы можно выделить: а) указыва-