

Прецедентные феномены в заголовках испанской прессы как способ отражения национально-культурной специфики

Ю.В. Верещинская

В статье в русле исследования национально-культурной и языковой картины мира и изучения медиатекста рассматриваются заголовки испанской прессы, содержащие прецедентные феномены, которые толкуются достаточно широко - как прецедентные тексты, высказывания, имена, ситуации. В работе анализируются способы их использования и виды трансформаций, происходящих с исходным текстом.

Культура и коммуникация неразрывно связаны между собой. Культура порождает коммуникацию и порождается ею. С одной стороны, культура обуславливает коммуникацию, с другой - коммуникация продуцирует культуру. Все процессы коммуникации происходят в определенном культурном контексте и, соответственно, детерминированы им. Таким образом, коммуникативно значимое поведение индивида обусловлено его принадлежностью к определенной социокультурной и языковой общности.

Фундаментальным понятием в теории межкультурной коммуникации является понятие "картина мира", отражающее взаимоотношение человека и мира. Формирование картины мира невозможно без языка, так как язык - это орудие познания, с помощью языка фиксируются и передаются из поколения в поколение результаты познавательной деятельности человека. Язык - это носитель социальной памяти человечества, всей суммы его знаний. Понятие "языковая картина мира" коррелирует с понятием "языковое сознание", понимаемым как "особенности культуры и общественной жизни данного человеческого коллектива, определившие его психологическое своеобразие и отразившиеся в специфических чертах данного языка"¹.

Одной из основных функций средств массовой информации является информативная. Она тесно связана с «отражающим свойством текстов массовой информации»², их способностью запечатлевать события окружающей действительности в определенном медиа формате. Именно это свойство медиатекстов является ключевым в создании современной информационной картины мира, которая, в свою очередь, не мыслится без языковой картины мира, понимаемой как «лингвистическая форма представлений о жизнедеятельности человека и интерпретаций окружающей действительности»³.

Современная лингвистика, основываясь на обусловленности языка и национальной культуры, изучает национально-культурную специфику представлений того или иного народа о мире, раскрывает лингвистическую природу «фоновых знаний», показывает особенность и своеобразие их функционирования в каждой из рассматриваемых языковых общностей. Национально-культурная специфика текста – это совокупность национальных стереотипов речевого поведения. Данные стереотипы обусловлены национальными особенностями мышления и характерны для большинства членов нации. Национально-культурная характеристика ре-

Верещинская Юлия Валентиновна – преподаватель кафедры испанского языка МГИМО(У) МИД России.
E-mail: vestnik@mgimo.ru

чего поведения отправителя текста находит своё выражение в выборе грамматических, морфологических, синтаксических и лексических средств языка при порождении высказывания говорящим.

Использование прецедентных феноменов в заголовках периодической печати является ярким примером отражения национально-культурной специфики языковой общности, поскольку именно заголовок привлекает внимание читателя и побуждает его прочитать текст статьи. Для этого автор статьи использует те эксплицитные и имплицитные средства, которые приведут его к этой цели.

Термин *прецедентные феномены* толкуется как «особая группа вербальных и вербализуемых феноменов, относящихся к национальному уровню прецедентности», поскольку они связаны с коллективными инвариантными представлениями конкретных «культурных предметов»⁴. С.И. Сметанина подобный прием называет *цитатным письмом*, суть которого заключается в «интеллектуальной, эмоционально-оценочной, формальной переработке «чужого» текста-цитаты, осмысленного и освоенного в системе культуры, и повторное использование его в качестве средства номинации по отношению к реальным ситуациям (лицам) при создании медиа-текста»⁵.

Цитатное письмо, таким образом, служит для непрямого обозначения точного наименования, где автор или источник не важен, в то время как традиционная цитата используется для доказательства точности изложения с опорой на авторитетный источник. Цитатное письмо при создании медиатекста оперирует интертекстуальным материалом, который включает различные реминисценции, аллюзии и т.д. Они рассматриваются как готовые знаки, хранящиеся в памяти человека в виде инвариантов восприятия и при необходимости вербализующиеся в той или иной ситуации. Подобные готовые знаки, которые функционируют как единицы дискурса и строятся по законам единиц языка, могут рассматриваться с позиции прецедентных феноменов или текстов.

Термин «прецедентный феномен» был введен в научный оборот Ю.Н. Карауловым в 1986 г. на VI конгрессе МАПРЯЛ. «Назовем прецедентными тексты, - предложил он, - значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверличностный характер, то есть хорошо известные и окружению данной личности, включая его предшественников и современников. И, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности»⁶. Г.П. Немец и Н.Н. Скрипкина называют прецедентным текст, который «используется в значении определенного языкового клише, существующего уже в значительном отрыве от своего первоначального контекста и в достаточной мере утратившего определенную смысловую непроницаемость и семантическую целостность»⁷.

Развивая определение, предложенное Ю.Н. Карауловым, Д.Б. Гудков отмечает, что под *прецедентным текстом* (ПТ) понимается «законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности, предикативная единица; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу. Прецедентный текст хорошо знаком любому среднему члену лингво-культурного сообщества»⁸. К их числу относятся произведения художественной литературы, тексты песен, рекламы, политические и публицистические тексты и др. Приведем примеры использования ПТ в заголовках испанской прессы:

- *Ser joven, y no morir en el intento*⁹ – в основу данного заголовка взято название романа К. Рико-Годой “Cómo ser una mujer y no morir en el intento”;
- *Mujeres al borde de un ataque de... los críticos de Broadway*¹⁰ – это измененное название художественного фильма П. Альмадовара “Mujeres al borde de un ataque de nervios”;
- *Corazón partió*¹¹ – фраза из песни Алехандро Санса “Corazón partió”;
- *Si bebes, no conduzcas (otra vez)*¹² – слова социальной рекламы, запрещающей садиться за руль после принятия алкоголя;
- *Lula se aferra al “Yes, we can” de Obama*¹³ – в данном заголовке содержится знаменитый слоган предвыборной кампании Б. Обамы.

Прецедентное высказывание (ПВ) как разновидность прецедентных феноменов – это «репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности, законченная и самодостаточная единица, которая может быть или не быть предикативной; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу»¹⁴. К числу ПВ принадлежат цитаты, названия произведений и др. Как известно, заголовок является сильной позицией текста, где использование прецедентных феноменов в наибольшей степени привлекает читателя. Приведем несколько примеров заголовков, содержащих ПВ, из испанской прессы:

- *Elton John, tocar o no tocar en Israel? Una carta de un comité británico pro Palestina pide al cantante que cancele una próxima actuación en Tel Aviv*¹⁵

В статье речь идет о просьбе пропалестински настроенных британских профессоров не выступать в Тель-Авиве с концертом после военной операции, предпринятой Израилем в секторе Газа в январе 2009 года. В данном заголовке содержится аллюзия на цитату из «Гамлета» У. Шекспира «быть или не быть», однако в процессе творческой переработки произошла трансформация цитаты, был заменен глагол *быть* на *выступать* (tocar – букв.: «играть на музыкальных инструментах»).

- *Feliz día nuevo. Un sueño reparador, un desayuno en condiciones o un sencillo plato de brócoli. Así luchamos contra la fatiga*¹⁶

Данная статья повествует о способах борьбы с усталостью, о поддержании хорошего настроения. Привлечение внимания читателя достигается

ся путем использования новогоднего поздравления, но в измененном виде: вместо *Feliz Año Nuevo* («С Новым Годом!») мы видим *Feliz día nuevo* («С новым днем»).

Прецедентная ситуация (ПС) представляет собой «некую «эталонную», «идеальную» ситуацию с определенными коннотациями»¹⁷ (например, предательство Иудой Христа). Означающими ПС могут быть прецедентное высказывание или прецедентное имя, например:

— *Un joven de 27 años, acusado del zapatazo al primer ministro chino en Cambridge*¹⁸

Статья под этим заголовком повествует о том, как студент Кембриджа кинул в китайского премьер-министра кроссовкой, обвиняя его в диктаторстве, учинив, таким образом, публичный скандал. Это событие произошло после небезвестного инцидента с Дж. Бушем в Ираке, который транслировался по всем телеканалам и послужил прецедентной ситуацией для других событий. Однако, это не единичный прецедент: через месяц происходит аналогичное событие только уже в Стамбуле, где во время конференции председатель Всемирного валютного фонда Д. Стросс-Кан подвергся нападению со стороны противника глобализации. В него полетела обувь из зала, что и находит свое отражение на страницах испанских газет:

— *A zapatazos contra Strauss-Kahn. El presidente del FMI se libra del impacto durante un acto en una universidad de Estambul*¹⁹

Приведем другой пример ПС:

— *Se repite el caso del 'monstruo de Amstetten' en Argentina. Un hombre retuvo a su hija, con la que tuvo dos hijos, durante once años. La joven escapó cuando su progenitor intentaba abusar sexualmente de ella*²⁰

В данной статье речь идет о повторении преступлений «амшеттенского монстра», который 24 года держал в заточении собственную дочь, на этот раз аналогичный случай произошел в Аргентине. При упоминании в заголовке ПВ *el caso del 'monstruo de Amstetten'* у читателя в голове складывается полная картинка событий благодаря растиражированию в СМИ этого случая, потрясшего всех.

Прецедентным именем (ПИ) называется «индивидуальное имя, связанное или с широко известным прецедентным текстом, относящимся, как правило, к числу прецедентных (например, Дон Кихот), или с ситуацией, широко известной носителям языка и выступающей как прецедентная (Колумб), имя-символ, указывающее на некоторую эталонную совокупность определенных качеств (Моцарт, Ломоносов)». При этом апелляция осуществляется не к собственно денотату, а к набору дифференциальных признаков данного ПИ. Приведем примеры заголовков с ПИ из испанской прессы:

— *El Indiana Jones español*²²

Статья с этим заголовком повествует об «испанском Индиане Джонсе», живущем в Бангкоке, который, как только получает сигнал, спешит на

помощь, несмотря на опасные обстоятельства, в которые он попадает, что характерно и для киногероя.

— *La 'Capilla Sixtina' del Antiguo Egipto*²³

В статье с данным названием говорится о находке археологов в египетском городе Луксор. Это гробница, стены и потолок которой украшены рисунками из Книги Мертвых, ей около 3500 лет. Автор сравнивает ее с Сикстинской Капеллой Ватикана, о которой все мы имеем представление.

Таким образом, феномен прецедентности основывается на общности социальных, культурных или языковых фоновых знаний адресата и адресанта. Как можно видеть из приведенных примеров, источником прецедентных текстов являются фразеологические единицы, афоризмы, названия фильмов, книг, песен, фрагменты рекламных роликов, ставшие известными высказывания общественных деятелей, политиков и т.д. Прецедентным может быть имя, слово, словосочетание, высказывание, предложение или текст любой протяженности: от пословицы или афоризма до эпоса. Частые отсылки к тексту в процессе построения новых текстов в виде реминисценций есть показатель ценностного отношения к данному тексту и, следовательно, его прецедентности.

Подобное явление нередко рассматривается как стилистический прием «текст в тексте»: это введение в оригинальный авторский текст чужого текста, который может быть представлен в виде прямого включения (цитирование, ссылки, референции (указание на чужой текст), пересказ). Подобного рода прецедентные реминисценции – яркий прием современной газетной публицистики. При использовании любых прецедентных феноменов – литературных цитат, образов, чужих мотивов, – повышается словесная изобразительность текста. Дополненный узнаваемыми образами, текст привлекает ассоциативными связями, оригинальными вкраплениями. Часто журналисты пользуются прецедентными текстами в целях иронического осмеяния и осуждения какого-либо явления, позиции критикуемого автора и т.д.

Готовый образ, избитая фраза, известный фразеологизм, крылатое выражение – в целом, прецедентные тексты в современных публикациях распространяются все шире и шире. Привычные фразы рожают новые современные образы, но «играют» они именно на фоне старого, узнаваемого.

В современных текстах, особенно в СМИ, явно ощущается тяга к переосмыслению старых речевых структур, желание переиначить известные выражения, свободно поиграть со словом. Прецедентное слово оказывается разгаданным лишь при наличии определенных фоновых знаний. «Обращаясь к культурной памяти, носителями которой они являются, логоэпистемы, помимо всего прочего, обеспечивают ощущение принадлежности к той же социально-культурной группе, к той же нации. Ведь они позволяют выразить новое содержание через призму картины мира,

ментальности, социально-культурной истории данного народа. Этим они обеспечивают безграничное приращение смысла, экспрессии, эмоциональности»²⁴.

Г.Г. Слышкин считает, что использование прецедентных текстов должно отвечать следующим условиям:

- осознанность адресантом факта отсылки к определенному тексту;
- знакомство адресата с исходным текстом и его способность распознать отсылку к этому тексту;
- наличие у адресанта прагматической presupпозиции знания адресатом данного текста.

Некоторые исследователи отмечают, что можно говорить и о текстах, прецедентных для узкого круга людей (таковы, например, многие библеизмы)²⁵. Однако, коммуникативный посыл заголовков, включающих прецедентные тексты, известные небольшому кругу читателей, будет более узкий. Если же текст не является прецедентным, то, как показывает исследование Е.А. Земской, «возникает минус-эффект коммуникации»²⁶. Кроме того, по мнению этого автора, прецедентные тексты, используемые в газетных заголовках, «характеризуют и менталитет автора-журналиста, и его уровень, а также психологию и коммуникативную компетентность читателя-адресата»²⁷.

При упоминании в заголовке понятного для читателя выражения у него появляется ощущение принадлежности к данной национально-культурной общности. «Газетный заголовок выполняет функции условного рефлекса, это намек, от которого явление социально-психологического характера или событие общественно-политического, исторического значения оживает, активизируется в сознании читателя. Подобные единицы обычно выполняют не столько номинативно-информативную, сколько рекламно-экспрессивную и эмоционально-оценочную функцию»²⁸.

Особенно часто авторы газетных текстов пользуются иновключениями в заголовочных конструкциях. Узнаваемые образы и выражения, данные в новых, часто неожиданных контекстах, привлекают внимание и рожают желание познакомиться с публикацией. Модернизация цитат чаще всего служит цели создания иронического или сатирического подтекста, нового смысла. Как правило, при этом происходит модернизация и трансформация известных изречений (*Vino, vio y cerró*²⁹), крылатых выражений (*ZP ha muerto, ¡viva Zapatero!*³⁰), выдержек из песен (*Corazón partido*³¹), названий литературных произведений (*El Procurador no tiene quien le escriba*³²). Эмоциональное воздействие на читателя осуществляется в таком случае за счет узнавания изречения и степени остроумности и злободневности его модернизации.

Модернизация известных выражений, цитат может происходить в результате семантического переосмысления, тогда как структура выражения сохраняется. Именно благодаря этому они и ста-

новятся узнаваемыми. Например, газета «*El País*» опубликовала статью под названием *La fiebre del oro*³³. Термин «золотая лихорадка» связывается в нашем сознании с золотыми приисками Калифорнии и Аляски в XIX – начале XX веков и ажиотажем, возникавшем при открытии новых месторождений. Это выражение обозначает жажду денег, желание обладать большим количеством золота. Однако, в газетной статье сочетание «*la fiebre del oro*» переосмыслено метафорически: речь идет о горячем желании китайских спортсменов получить рекордное число медалей во время Олимпиады 2008 года.

В других случаях узнаваемость основывается на лексико-семантическом уровне, и тогда возможны не только подстановки новых компонентов в готовую структуру, но и разбивка компонентов, их использование в разных частях текста с привлечением ряда слов из ближайшего семантического поля. Например: «*Me llamo Blair, Tony Blair*»³⁴. Это выражение относит нас к знаменитой фразе главного героя всемирно известного художественного фильма о Джеймсе Бонде: «*Меня зовут Бонд, Джеймс Бонд*». В данной статье речь идет о том, что Пирс Броснан, один из исполнителей роли агента 007, будет представлять в новом кинопроекте бывшего премьер-министра Великобритании Тони Блэра.

Заголовок *A mal tiempo, empleo verde*³⁵ восходит к испанской поговорке «*a mal tiempo, buena cara*» («делать хорошую мину при плохой игре»). Данная статья повествует о том, что в период кризиса многие граждане США, оставшиеся без работы, вступили в ряды «зеленых» и занимаются экологически полезным делом: озеленением городов, распространением солнечной энергии и т.д.

Для того, чтобы понять смысл полученного заголовка, необходимо знать исходное высказывание и уметь восстанавливать отношение между прецедентным текстом и новым смыслом, появляющемся в другом контексте. Адекватное прочтение данного высказывания зависит, в большей мере, от уровня культурной и лингвистической компетенции читателя. Именно в этом наиболее ярко проявляется национально-культурная направленность текста. Таким образом, реципиент участвует в постоянной «игре»: сначала найти параллель между данным заголовком и прецедентным высказыванием, а затем связать оба содержания, для этого необходимо прочитать всю статью. Этот сложный интеллектуальный и развлекательный процесс имеет особую коммуникативную направленность, поскольку требует осуществления изменения, переосмысления или актуализации исходного текста.

О.И. Соколова выделяет два способа применения прецедентных текстов в газетных заголовках:

- дословное использование, при этом само включение чужеродной единицы выступает как средство экспрессии, например: *Hogar, dulce hogar orgánico*³⁶ – этот заголовок – строчка из известной песни, написанной в

- XIX веке Г. Бишопом и Дж. Пейном («Дом, милый дом»), дополненная прилагательным “*orgánico*”. В данной статье речь идет о новом направлении в области дизайна интерьера, связанного с использованием органических материалов при строительстве и обустройстве жилых домов. В основе заголовка *Ojo por ojo, literalmente*³⁷ лежит библеизм «око за око», выражение мести. Статья повествует о мусульманских законах мести со стороны жертвы за нанесенные ей оскорбления, унижения и т.п.;
- изменение формы устойчивого выражения или слова так, что трансформация формы служит рождению нового содержания: заголовок *Sobre gustos se escribe todo*³⁸ восходит к поговорке “*sobre/de gustos no hay nada escrito*” («о вкусах не спорят», буквально: «о вкусах ничего не написано»), но она полностью изменена и приобретает новое значение: «о вкусах пишут все (что хотят)», которое раскрывается в тексте самой статьи, рассказывающей о различных вкусовых предпочтениях в искусстве. Заголовок *Comer es poder*³⁹ повествует о выставке предметов питания и ритуала потребления еды. Здесь глагол *comer* («есть», «обедать») стоит на месте *saber* («знать») и трансформирует пословицу *Saber es poder* («знание – сила»). Д.Э. Розенталь выделяет следующие виды актуализации включенного в заглавие прецедентного текста:
 - актуализацию ближнего предела, когда прецедентное высказывание «претерпевает какие-то внутренние изменения и в обновленном (актуализированном) виде противопоставляется общепринятому варианту в пределах заголовочной конструкции»: *El amor en tiempos de guerra*⁴⁰ («El amor en los tiempos de cólera» Г.Г. Маркеса, 1985);
 - актуализацию дальнего предела, когда прецедент «выступает в своем привычном виде и обыгрывается в широком контексте, противопоставляется всему контексту»⁴¹: *Crimen y castigo*⁴² («Преступление и наказание» Ф.М. Достоевского, 1866). Это заголовки статьи, повествующей о раскрытии группировки, которая занималась продажей наркотиков в Испании, и мерах наказания за это преступление.
 Существуют различные способы использования прецедентных текстов, при которых происходит реконтекстуализация и реинтерпретация высказывания:
 - замена одного из составляющих элементов исходного текста (например, слова): *007, licencia para jugar*⁴³ – это модификация названия одного из фильмов о Джеймсе Бонде «007, лицензия на убийство» («007, licencia para matar»), где замене подвергается глагол. В заголовке *Fernando el Católico*⁴⁴ наблюдается фонетическое изменение слова “*católico*”, которое автор статьи выбирает для того, чтобы вызвать у читателя ассоциацию имени выдающегося испанского пилота Формулы-1 Фернандо Алонсо с Католическим королем;
 - добавление или отсечение какого-либо лингвистического элемента (фонетического, грамматического или лексического) исходного высказывания, например: в статье под заголовком *Ya hay luz al final del túnel*⁴⁵ речь идет о 33 чилийских шахтерах, которые после 66 дней заточения в заваленной шахте увидели, наконец, свет в конце тоннеля. Но, на самом деле, это был не свет, а искры от работы перфоратора, пробивающего проход для вызволения шахтеров, и не конец тоннеля, а начало проделывания отверстия, которое заняло еще 3 дня. Для придания большей уверенности скорейшему освобождению чилийских рабочих автор статьи к известному выражению *luz al final del túnel* (букв.: «свет в конце тоннеля») добавляет глагол *hay* («есть») и наречие *ya* («уже»);
 - изменение порядка слов исходного текста (перестановка, инверсия и т.д.), например: заголовок *Aznar lleva la fama, el PSOE carda la lana*⁴⁶ основан на устойчивом выражении *unos cardan la lana, otros llevan la fama* («одни работают, другие получают славу»), но наблюдается изменение порядка слов для большей эмфатизации оценочного значения. При лингвокультурологическом подходе прецедентные тексты могут подразделяться на несколько типов в зависимости от характера универсальности передаваемой ими информации. Так, О.В. Лисоченко делит их на «хранящиеся в «коллективной памяти» народа» и на «хранящиеся в индивидуальной памяти» отдельных носителей языка или групп носителей языка»⁴⁷. Подобную классификацию предлагает и испанский лингвист С. Уртадо Гонсалес⁴⁸. Прецедентные тексты, используемые в заголовках, она делит на «высказывания, принадлежащие общему культурному наследию» (*titulares cuyos modelos lingüísticos proceden del patrimonio cultural común*) (кино, литература, музыка и т.д.) и «частному языковому фонду» (*titulares que toman como base modelos pertenecientes al patrimonio lingüístico*) (фразеологические единицы, пословицы, поговорки и т.д.). В первом случае речь идет о высказываниях, произошедших от единичного, но широко известного факта (*La última danza del 'Maradona del ballet'*⁴⁹; *'La Bestia blanca se comió a la vaca sagrada azulgrana', según la prensa deportiva*⁵⁰; *El 'waterloo' de la industria musical*⁵¹; *El cartero siempre hace doble click*⁵²; *Entre 'Waka-waka' y 'Viva España'*⁵³; *'Soy una 'Carmen' humana, de la calle'*⁵⁴; *Último tango en Tokio*⁵⁵; *Música acusa a Moix de "contar 'Alicia en el país de las maravillas" al negar los malos tratos a menores*⁵⁶; *Comandante Obama*⁵⁷; *El otro método Stanislavski*⁵⁸).
 - Во втором случае точное происхождение исходного высказывания неизвестно или ретворено в лингвистическом фонде языкового

■ Филология

сообщества. Поэтому они узнаваемы благодаря частому повторению (*Un espía británico al servicio de la URSS vivió 'a todo tren' a costa de la BBC*⁵⁹; *A mal tiempo, color y osadía*⁶⁰; *La emoción de irse de copas*⁶¹; *"Soy un cero a la izquierda en tecnología"*⁶²; *"A la tercera va la vencida, pero ojo con Xavi, Iniesta..."*⁶³; *El chef que da gato por liebre*⁶⁴).

Прецедентные высказывания, которые использует журналист для создания газетного заголовка, увеличивают экспрессивные возможности текста, привлекая, таким образом, читателей. А сам факт их использования в газетном заголовке не только гарантирует сохранение в языке, но и дает им новую жизнь, новую интерпретацию и новое понимание.

Таким образом, прецедентные включения, благодаря контакту «своего» и «чужого», созда-

ют условия для сущностных, как смысловых, так и структурных) трансформаций текста. «Текст в тексте» способен подчеркнуть или проявить доминантные смыслы основного текста, открыть иное содержание, рожденное в результате наложения смыслов, а также создать разные уровни восприятия текста в целом.

Vereshchinskaya Y.V. Cultural references in the headlines of Spanish press like a mode of reflection of national-cultural specificity.

Summary: *The article is devoted to the headlines of Spanish press that contain cultural references in the wide sense: precedential texts, sentences, names, situations. This analysis is treated within the framework of the national-cultural aspect and media text research. There are presented the modes of the uses of cultural references and the types of their transformations.*

Ключевые слова

прецедентные феномены, национально-культурный аспект, языковая картина мира, медиатекст.

Keywords

cultural references, national-cultural aspect, linguistic world view, media text.

Примечания

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М., 1966.
2. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). – М.: Едиториал УРСС, 2005. С. 183-184.
3. Там же.
4. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. С. 106.
5. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002 г., С. 109.
6. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987. С. 215-216
7. Немец Г.П., Скрипникова Н.Н. Прецедентный текст и языковая игра как аспекты современной речевой практики// Акценты. Новое в массовой коммуникации. Альманах. Выпуск 7-8 (42-43). Воронеж, 2003. С.75-77.
8. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. С.106.
9. "El País", 25.03.2010.
10. "El País", 06.11.2010.
11. "El Mundo", 29.10.2008.
12. "El Mundo", 20.11.2009.
13. "El País", 01.10.2009.
14. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. С.107.
15. "El País", 09.02.2010.
16. "ABC", 05.07.2010.
17. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. С.108.
18. "El Mundo", 03.02.2009.
19. "El País", 01.10.2009.
20. "El País", 21.05.2008.
21. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. С.109.
22. "El País", 26.02.2009.
23. "El País", 17.03.2009.
24. Костомаров В.Г., Бурвикова Н.Д. Старые мехи и молодое вино. Из наблюдений над русским словоупотреблением конца XX века. СПб., 2001. С. 48.
25. Слышкин Г.Г. От текста к символу. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискусе. М., 2000. С. 27.
26. Земская Е.А. Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь. М., 2004. С. 554-555.
27. Там же.
28. О.И. Соколова Использование прецедентных текстов в газетных заголовках. //Международный научно-практический (электронный) журнал "INTER-CULTUR@L-NET". Выпуск 4 <http://vfnglu.wladimir.ru>.
29. "El País", 31.03.2007.
30. "El Mundo", 07.10.2007.
31. "El Mundo", 29.10.2008.
32. "El Mundo", 25.10.2008.
33. "El País", 04.08.2008.

34. "El País", 30.06.2008.
 35. "El País", 17.03.2009.
 36. "El País", 20.01.2009.
 37. "El Mundo", 27.11.2008.
 38. "El País", 11.12.2008.
 39. "El País", 07.03.2009.
 40. "ABC", 21.07.2008.
 41. Стилистика газетных жанров / Под ред. Д.Э. Розенталя. М., 1981. С. 224.
 42. "El País", 17.10.2008.
 43. "El País", 11.11.2008.
 44. "El País", 15.01.2006.
 45. "El País", 10.10.2010.
 46. "El Mundo", 13.02.2004.
 47. Лисоченко О.В. Культурный компонент газетных заголовков // Проблемы лингвистики текста в культурологическом аспекте: Межвузовский сборник научных трудов. Таганрог, 2001. С. 47-48.
 48. S. Hurtado González, "El uso del lenguaje en la prensa escrita", Universidad de Valladolid, 2003, p. 62-79.
 49. "El Mundo", 23.12.2007.
 50. "El País", 24.12.2007.
 51. "El País", 28.01.2009.
 52. "El Mundo", 13.11.2009.
 53. "El País", 13.07.2010.
 54. "El País", 12.02.2009.
 55. "El País", 24.05.2009.
 56. "El País", 17.02.2009.
 57. "El País", 24.06.2010.
 58. "El País", 13.02.2009.
 59. "El Mundo", 19.08.2009.
 60. "El País", 23.01.2009.
 61. "El País", 27.01.2009.
 62. "El País", 25.11.2007.
 63. "El Mundo", 11.07.2010.
 64. "El Mundo", 18.02.2010.
-