

ТОПОНИМЫ В ЗАГОЛОВКАХ МЕДИАТЕКСТОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА)

В. В. Корнева, И. Н. Разворотнева

Воронежский государственный университет

TOPONYMS IN MEDIA TEXTS HEADLINES (BASED ON SPANISH LANGUAGE)

V. V. Korneva, I. N. Razvorotneva

Voronezh State University

Аннотация: исследование посвящено анализу функционирования топонимов в заголовках испанских медиатекстов. Выявляются основные разряды топонимов и частотность их использования в испанских заголовках медиатекстов разной тематики и разных жанров, определяется функционально-семантический потенциал данных языковых единиц в структуре заголовка, их использование в качестве средств прямой номинации топообъекта, а также в качестве средств вторичной номинации для обозначения иных объектов. Материалом исследования послужили заголовки медиатекстов, извлеченных из онлайн-версий ведущих испанских газет «El País», «El Mundo», «ABC», «La Vanguardia», «La Razón». При их анализе использовались метод наблюдения и сравнительно-описательный метод. В результате проведенного исследования было установлено, что топонимы обладают высокой номинативной плотностью и богатым функционально-семантическим потенциалом в заголовках испанских медиатекстов. Было выявлено, что существуют определенные корреляции между видом топонима и возможностью его использования в заголовке, между частотностью его употребления и тематикой медиатекста, между видом топонима и его использованием как средства первичной и/или вторичной номинации. Выявленные особенности реализации функционально-семиотического потенциала топонимов в заголовках испанских медиатекстов представляются валидными и для других языков.

Ключевые слова: заголовок, медиатекст, топоним, прецедентный топоним, номинация, первичная номинация, вторичная номинация, испанский язык.

Abstract: the study is dedicated to the analysis of the functioning of toponyms in the headlines of Spanish media texts. The main categories of toponyms and the frequency of their use in headlines of Spanish media texts of different subjects and different genres are identified, the functional and semantic potential of these linguistic units in the structure of the headline is determined, their use as a means of direct nomination of a toponym, as well as a means of secondary nomination to designate other objects. The material for the study was the headlines of media texts extracted from the online version of the leading Spanish newspapers "El País", "El Mundo", "ABC", "La Vanguardia", "La Razón". When analyzing them, the observation method and the comparative-descriptive method were used. As a result of the study, it was found that toponyms have a high nominative density and rich functional-semantic potential in the headlines of Spanish media texts. It was discovered that there are certain correlations between the type of toponym and the possibility of its use in the headline, between the frequency of its use and the subject of the media text, between the type of toponym and its use as a means of primary and/or secondary nomination. The identified features of the implementation of the functional-semiotic potential of toponyms in the titles of Spanish media texts seem to be valid for other languages.

Key words: headline, media text, toponym, precedent toponym, nomination, primary nomination, secondary nomination, Spanish language.



Введение

Начало XXI в. ознаменовалось бурным развитием новых направлений в изучении языковых явлений. Наряду с признанием антропоцентричности языка и той важной роли, которую играет язык в познании окружающей действительности, все большее внимание исследователи стали уделять особенностям функционирования языка в разных сферах человеческой деятельности, что в немалой степени способствовало становлению таких направлений, как когнитивная лингвистика, медиалингвистика и политическая лингвистика. В свою очередь в рамках этих новых направлений традиционно описываемые языковые явления и языковые единицы получили новое звучание. Особенно актуальным стало изучение метафоры и метонимии как средств вторичной номинации в разных типах дискурса, лексических, словообразовательных и грамматических единиц как средств вторичной номинации [1–3]. Вместе с тем наблюдается повышенный интерес к изучению слов определенной семантики (в частности, пространственной и временной), а также к изучению имен собственных и их прагматического потенциала. Наиболее полно и разносторонне описаны в этом отношении антропонимы [4; 5], тогда как топонимы, несмотря на обилие появившихся в последние десятилетия весьма интересных работ (см., например, наш обзор [6]), оказываются малоизученными в плане возможностей их использования в разных типах дискурса в разных дискурсивных условиях [7; 8]).

Изучение заголовка в отечественной лингвистике имеет давнюю традицию [9–12]. Изучаются структурно-семантическое своеобразие заголовка, реализуемые им функции, значение заголовка как компонента заголовочного комплекса и медиатекста, однако функционально-семиотический потенциал отдельных языковых единиц, в частности топонимов, специально не исследовался, в связи с чем их изучение представляет актуальную задачу современной лингвистики.

Проблемам вторичной номинации посвящено значительное количество работ отечественных лингвистов, начиная с В. Н. Телия [1; 2; 13], в том числе на материале испанского языка [3].

Выявленные на основе испанского языка особенности реализации функционально-семиотического потенциала топонимов в заголовках медиатекстов, по всей видимости, могут быть релевантны и для других языков.

Материалы и методы исследования

Материалом исследования послужили отобранные методом сплошной выборки заголовки медиатекстов из рубрик *Internacional* ‘Международные события’, *Economía* ‘Экономика’ и *España (Política)* в из-

дании «La Vanguardia») ‘Внутренняя политика’ в онлайн-версиях наиболее авторитетных испанских изданий «ABC», «El Mundo», «El País», «La Razón» и «La Vanguardia» в количестве 1000 единиц (по 250 заголовков из каждой рубрики).

При изучении функционирования топонимов в этих заголовках использовались метод наблюдения, сравнительно-описательный метод и метод количественного анализа.

Анализ заголовков медиатекстов в разных изданиях позволяет получить объективные данные, выявить и описать закономерности использования в них топонимов.

Заголовок как компонент медиатекста

Разграничение текста и дискурса важно и для медиалингвистики, в которой медиатекст трактуется как сообщение плюс канал его передачи, в то время как медиадискурс включает в себя сообщение со всеми прочими компонентами коммуникации (отправитель, получатель, канал, обратная связь, процессы кодирования и декодирования, ситуация общения = контекст) [14, с. 22].

Медиатекст имеет определенную структуру, обязательными компонентами которой являются заголовок – графически выделенное название публикации и сам текст статьи. Назначение заголовка заключается в том, что он призван привлечь внимание читателя и проинформировать о содержании медиатекста. Собственно на этом основании исследователи наряду с номинативной функцией заголовка единодушно выделяют информативную функцию [9; 10].

Форма представления статей в печатных и электронных версиях существенно отличается. В печатных изданиях, как правило, все основные элементы медиатекста расположены на одной странице, в то время как онлайн-версии периодических изданий обычно содержат только перечень заголовков материалов (иногда в сопровождении фотографий), а также анонсы новостей. В онлайн-версиях читатели имеют возможность открывать сразу несколько веб-сайтов периодических изданий в поиске тех публикаций, которые потенциально могут их заинтересовать. Решение перейти по ссылке и прочесть заметку принимается на основе одного лишь заголовка статьи. В связи с этим роль заголовка медиатекста в интернет-СМИ многократно возрастает, и особую значимость приобретает рекламно-прагматическая функция заголовка [11].

В свете сказанного особый интерес для исследователя могут представлять те языковые единицы, которые обычно входят в структуру заголовка медиатекста. К числу таких единиц относятся топонимы, которые, как правило, информируют читателя о том, где именно происходят те или иные события.

Топоним в заголовках испанских медиатекстов

Топонимы составляют отдельный разряд ономов – географические названия. Их основное назначение заключается в том, чтобы дать имя собственное природному или созданному человеком на Земле объекту и тем самым выделить его из числа однородных предметов. В связи с этим считается, что основной функцией топонима является адресная функция, согласно которой именуемый объект локализуется в пространстве.

У топонимов принято выделять несколько значений: до-топонимическое, собственно топонимическое и от-топонимическое значения [15], или языковое, речевое и энциклопедическое (экстралингвистическое) значения [16]. Вследствие этого в разных дискурсивных условиях может актуализироваться то одно, то другое значение топонима, и они могут быть средством как первичной, так и вторичной номинации.

Поскольку топонимы представляют собой весьма гетерогенный класс языковых единиц, мы исходим из предположения, что в заголовках медиатекстов будут задействованы не все виды топонимов и что частотность их употребления также будет различной в зависимости от тематики публикаций. Для верификации данной гипотезы мы проанализировали 1000 заголовков медиатекстов из четырех тематических разделов (по 250 статей из каждого раздела): *Internacional* ‘Международные события’, *Economía* ‘Экономика’, *España (Política)* в издании «La Vanguardia» ‘Внутренняя политика’ и *Deportes* ‘Спорт’ в онлайн-версиях наиболее крупных испанских изданий «ABC», «El Mundo», «El País», «La

Razón» и «La Vanguardia». Полученные данные демонстрируют высокую номинативную плотность топонимов в медийных заголовках. Они составляют 39,40 % от общего числа заголовков (394 из 1000), причем в расчет не принимался тот факт, что некоторые заголовки содержат два и более топонимов.

Как и предполагалось, топонимическая плотность в заголовках медиатекстов разной тематики оказалась разной. Наибольшая топонимическая плотность (64,80 %) обнаружена в заголовках раздела о международных событиях (*Internacional*), тогда как в разделах новостей Испании (*España/Política*) и спортивных новостей (*Deportes*) она значительно ниже и составляет 36,80 и 38,40 % соответственно. Гораздо реже топонимы встречаются в заголовках раздела экономики (*Economía*) – всего 16,40 %.

Проведенный анализ также показал определенную взаимосвязь между используемым в заголовке видом топонима и тематикой сообщения, что наглядно демонстрируют приводимые ниже данные на примере заголовков из рубрики *Internacional* ‘Международные события’ (таблица).

Наиболее частотными являются хоронимы – названия любой территории, имеющей определенные границы – 73,46 %, включая названия стран – 60,2 % и регионов – 13,26 %. Далее следуют названия населенных пунктов – ойконимы – 18,36 %, причем здесь отмечены в равной степени лишь названия городов – 9,18 % и столиц – 9,18 %. На остальные виды топонимов приходится менее 10 % – всего 8,16 %: гидронимы – 3,06 %, названия островов и архипелагов – 1,53 %, названия внутригородских объектов (урбанонимы) – 3,06 % и дромоним (название торгового пути) – 0,51 %.

Т а б л и ц а

Виды топонимов в заголовках медиатекстов из рубрики *Internacional* ‘Международные события’

Класс топонима	Количество языковых единиц	% от общего числа
Хоронимы	144	73,46
Из них названия регионов	26	13,26
названия стран	118	60,20
Астионимы	36	18,36
Из них названия городов	18	9,18
названия столиц	18	9,18
Названия водных объектов (гидронимы)	6	3,06
Названия островов и архипелагов (инсулонимы)	3	1,53
Названия внутригородских объектов (урбанонимы)	6	3,06
Названия путей сообщения (дромонимы)	1	0,51
Итого	196	100

Функционально-семиотический потенциал топонимов в заголовках испанских медиатекстов

Общеизвестно, что основной функцией топонима является адресная (функция идентификации географического объекта). Наряду с собственно топонимическим значением, которое является единственно необходимым, топонимы, как уже отмечалось, способны развивать также от-топонимическое значение (на основе энциклопедической информации), которое может стать даже известнее собственно топонимического (см. [15; 16]). Например, наименование вин *риоха* и *херес*, названных так по соответствующему месту (регион *La Rioja* и город *Jerez de la Frontera* в Испании). Именно от-топонимический компонент значения топонима позволяет использовать его в качестве средства вторичной номинации.

Топоним как средство первичной номинации

Любое действие локализуется во времени и пространстве. Этим объясняется тот факт, что топонимы реализуют свою основную адресную (идентифицирующую) функцию и в заголовках медиатекстов, в 53 % случаях они использовались как средство первичной номинации, причем, как правило, они употребляются в составе локативных и атрибутивных конструкций.

Temor en Miami a actos violentos en la imputación a Trump (El Mundo, 13/06/2023) (1)

Cómo Ecuador se ha convertido en el más reciente epicentro del narcotráfico en Latinoamérica (El Mundo, 27/07/2023) (2)

Al menos 19.000 evacuados por el incendio sin control en la isla griega de Rodas (La Vanguardia, 23/07/2023) (3)

Наряду с прямым указанием на географический объект (страну, регион и т. п.), как в примерах (1, 2, 3), топонимы в заголовках медиатекста могут также локализовать тот или иной объект косвенно, путем указания на его местонахождение относительно других известных топообъектов:

Desde Darfur Occidental hasta el Chad: el periplo de un logista de MSF en medio del conflicto (El Mundo, 10/06/2023) (4)

В примере (4) описывается не конкретное место события, а его протяженность в пределах заданных границ (*Desde ... hasta* 'от ... до').

В других случаях локализация события имеет более обобщенный и размытый характер, поскольку заголовки не содержат названий конкретных стран, а лишь указывают на их общее расположение на континенте – 'страны на юге Европы и севере Африки':

Una oleada de incendios asola varios países del sur de Europa y el norte de África (La Vanguardia, 26/07/2023) (5)

Топоним в составе атрибутивной конструкции с предлогом *de* может указывать на географическое расположение какого-либо объекта, локализацию события, а также на государственную или территориальную принадлежность.

La inundación por la rotura de la presa de Kajovka empieza a remitir tras forzar la evacuación de miles de personas (El Mundo, 12/06/2023) (6)

Armagedón ecológico de Jersón: «La inundación ha devuelto los cuerpos enterrados» (La Razón, 13/06/2023) (7)

Colapsa un puente de una de las principales autopistas de EEUU por un vehículo en llamas (El Mundo, 11/06/2023) (8)

В примере (6) топоним *Kajovka* входит в состав названия гидросооружения Каховское водохранилище (*presa de Kajovka*), указывая на его местоположение вблизи упомянутого населенного пункта, в примере (7) «херсонский экологический апокалипсис» (*Armagedón ecológico de Jersón*) топоним в составе атрибутивной конструкции локализует в пространстве событие, а в примере (8) «одной из главных американских скоростных дорог» (*una de las principales autopistas de EEUU*) топоним указывает на принадлежность объекта к инфраструктуре США. Как видно из приведенных выше примеров, локализация географических объектов в заголовках испанских медиатекстов осуществляется по-разному.

Топонимы как средство вторичной номинации

В заголовках топонимы зачастую используются как средство вторичной номинации (47 %), что обусловлено их способностью приобретать от-топонимическое значение, которое делает возможным метонимический и метафорический перенос. В случаях такого рода топонимы утрачивают свое первичное значение, в результате метонимического переноса они указывают не на место локализации действия или события, а на связанный с географическим объектом коллектив, индивидуум, организацию или событие.

Согласно полученным данным, способностью к метонимическому использованию обладают не все виды топонимов. Как правило, к ним относятся названия стран, столиц государств, а также внутригородских объектов, в которых расположены те или иные органы власти, благодаря чему такой способ именования акторов международной политики является весьма частотным. Важно подчеркнуть также тот факт, что метонимическое использование топонимов создает не только дополнительный экспрессивный эффект благодаря явлению персонификации, но и способствует компрессии медиатекста и отдельных его компонентов, в частности заголовка.

Среди наиболее частых видов метонимического переноса в заголовках медиатекстов можно выделить следующие.

Название континента/региона → руководство расположенных на данном континенте стран:

Putin ofrece cereal gratis a África tras suspender el pacto con Ucrania y bombardear sus puertos (El País, 27/07/2023) (9)

Tarde o temprano, Europa tendrá que abrir un poco más la puerta (La Vanguardia, 21/01/2023) (10)

В примере (9) название континента *África* используется вместо «африканские страны» (частный случай метонимии – синекдоха), а точнее «руководство африканских стран». В примере (10) хороним *Europa* указывает на коллективное руководство ЕС, которое неизбежно должно будет скорректировать эмиграционную политику. В данных примерах мы имеем дело с двойным метонимическим переносом: Европа → страны ЕС → руководство ЕС.

Название страны → руководство страны:

EE UU transmite su descontento a Cuba sobre la supuesta estación china (El País, 13/06/2023) (11)

В примере (11) названия стран *EE UU* и *Cuba* используются для указания на руководящие органы этих стран.

Название страны → население, часть населения страны:

La lucha de las mujeres iraníes alumbra el camino de las afganas: "Irán se ha levantado, ahora es nuestro turno" (El País, 24/01/23) (12)

В примере (12) название страны *Irán* используется для именованья иранских женщин, которые вышли протестовать на улицы, что внушает надежду недовольным своим положением афганкам.

Название страны, региона → экономика страны, региона:

Nigeria se hunde: su moneda alcanza mínimos históricos y la violencia se dispara (La Razón, 24/07/2023) (13)

В примере (13) *Nigeria* – это тонущая нигерийская экономика, которая приводит к обнищанию населения и вспышкам насилия.

Название столицы, города → руководство страны, коллегиального органа, ведомства в них расположенных:

La geopolítica berlusconiana: las grandes polémicas con Washington y Bruselas (La Razón, 13/06/2023) (14)

Bruselas no paga cambiadores de opinión (ABC, 23/07/2023) (15)

Fráncfort revisa al alza la previsión de inflación subyacente con consecuencias en los tipos y las compras de deuda (El Mundo, 15/06/2023) (16)

В примерах (14) и (15) астионим *Bruselas* используется для указания на руководство ЕС, в примере (14) название столицы *Washington* указывает на по-

литическое руководство страны, а в примере (16) ойконим *Fráncfort* – на руководство Европейского центрального банка, штаб-квартира которого расположена в этом немецком городе.

Внутригородской объект → орган власти, ведомство, в нем расположенное:

El 'sobrinísimo' de Kadirov y su 'imperio Danone' regalo del Kremlin (El Mundo, 20/07/2023) (17)

В примере (17) речь идет о президенте Российской Федерации, резиденция которого расположена в Кремле.

Внутригородской объект → событие:

Miami se blindo ante la histórica imputación de Trump por los papeles de Mar-a-Lago (El País, 12/06/2023) (18)

В примере (18) использованный в составе атрибутивной конструкции урбаноним – название резиденции *Mar-a-Lago* – используется для отсылки к изъятию конфиденциальных документов, которые в нарушение всех требований хранились в частной резиденции Дональда Трампа Мар-а-Лаго, чем, собственно, и вызвано предъявляемое бывшему президенту обвинение, оглашение которого потенциально может вызвать беспорядки в Майами.

Приведенные данные свидетельствуют о богатом функционально-семиотическом потенциале топонимов в заголовках испанских медиатекстов.

Прецедентные топонимы

Как уже отмечалось выше, вторичная номинация может быть основана не только на явлении метонимии, но и на явлении метафоры. Именно с явлением метафоры связано такое явление, как прецедентные топонимы. Указанные онимы связаны с прецедентным текстом или прецедентной ситуацией, часто сопровождаются определением (определение подчеркивает нетрадиционный смысл имени и является одним из типичных признаков прецедентности), хорошо знакомы большинству членов лингвокультурного сообщества и позволяют в максимально сжатой и емкой форме выразить «признаки, вербализация которых представляется чрезвычайно многословной, громоздкой или расплывчатой и не может быть выражена достаточно четко» [17, с. 112].

Los Álamos, el Beverly Hills atómico (La Vanguardia, 23/07/2023) (19)

Biden trata de convencer a Meloni de que renuncie a la nueva Ruta de la Seda china (El País, 27/07/2023) (20)

Метафора в приведенных выше примерах: (19) населенный пункт *Los Álamos* сравнивается с *Beverly Hills* – аналогом российского топонима *Рублевка*, обозначая компактное проживание элиты (в данном случае элиты американских физиков-ядерщиков), а в примере (20) дромоним *Ruta de la seda* означает новую

ось экономического сотрудничества между азиатским гигантом и европейскими странами.

Заключение

Проведенный анализ показал, что топонимы в заголовках испанских медиатекстов обладают большим функционально-семиотическим потенциалом, о чем свидетельствует и топонимическая плотность данных языковых единиц, и их широкое использование как средств первичной или вторичной номинации. В то же время данное утверждение справедливо лишь по отношению к определенным разрядам топонимов, частотность употребления и состав которых варьируются в зависимости от тематики медиатекста.

В целом проведенное исследование свидетельствует о большей значимости одних видов топонимов по сравнению с другими. Оно также показало, что существуют определенные корреляции между видом топонима и потенциальной возможностью его появления в заголовке, между частотностью его использования и тематикой медиатекста, между видом топонима и его использованием как средства только первичной номинации или первичной и вторичной номинации.

В частности, названия регионов одинаково свободно используются как в своем прямом значении, реализуя адресную функцию (50 %), так и в переносном – как средство вторичной номинации (50 %). Точно так же ведут себя и малочисленные в заголовках названия водных объектов – гидронимы (6 единиц, 50 и 50 %). Иначе функционируют в заголовке названия стран: в большинстве случаев (57 % по сравнению с 43 %) они служат не для указания на имеющую определенные границы территорию, а для обозначения коллективного субъекта (населения, руководства страны). Названия городов, напротив, как правило, используются в своем основном значении (94 %) и лишь иногда (6 %) как средство вторичной номинации, тогда как названия столиц (61 %), как и названия стран, в основном используются для обозначения руководства соответствующих стран.

Названия внутригородских объектов (урбанонимы) могут быть политическими символами, они известны публике во всем мире как таковые (не все могут с точностью сказать, где именно расположен Белый дом *la Casa Blanca*, но все знают, что он олицетворяет), а потому в 5 случаях из 6 (83 %) они используются как средство вторичной номинации. Названия островов (3) используются для локализации события в основном своем значении. Единственный обнаруженный нами дромоним – название караванной дороги – является прецедентным именем.

Употребление топонимов как средств вторичной номинации базируется либо на метонимии, либо на метафоре. В первом – наиболее типичном для медиа-

текста случае она реализуется на основе целой серии метонимических переносов. Благодаря широкому использованию топонимов в заголовках медиатекстов достигается не только компрессия, но и яркость и образность выражения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бабина Л. В.* Когнитивные основы вторичных явлений в языке и речи : монография. Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина ; М. : ИЯ РАН, 2003. 264 с.
2. Когнитивные исследования языка / гл. ред. Н. Н. Болдырев. Вып. 1 (48): Вторичные структуры в языковой картине мира / отв. ред. выпуска С. Г. Виноградова. Тамбов : ИП Чеснокова А. В., 2022. 515 с.
3. *Корнева В. В.* Когнитивные основания полифункциональности топонимов в испанском медиадискурсе // Когнитивные исследования языка. Вып. 4 (55): Когнитивная лингвистика в контексте современной науки / отв. ред. вып. О. А. Турбина. Челябинск : Южно-Урал. гос. ун-т, 2023. С. 578–581.
4. Имя собственное в национально-культурном пространстве : монография / Е. П. Игнатъева [и др.]. Иркутск : Изд-во ИРНИТУ, 2022. 164 с.
5. Имя собственное в медиaprостранстве : монография / Л. И. Гришаева [и др.]. Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2019. 191 с.
6. *Корнева В. В.* Топонимические исследования в новой научной парадигме // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. № 1. С. 150–154.
7. *Корнева В. В., Разворотнева И. Н.* Топонимы в испанских медиатекстах международной тематики // От слова к дискурсу : разнообразие форм и (не)предсказуемость смыслов : тез. докл. Междунар. науч. конф., Минск, 12–13 мая 2023 г. / редкол.: Л. М. Лещёва (отв. ред.) [и др.]. Минск : МГЛУ, 2023. С. 192–193.
8. *Корнева В. В.* Топонимические единицы как средство манипулирования в испанском медиaprостранстве // Манипуляции и социум : язык, сознание, культура : сб. науч. трудов / под ред. М. Н. Конновой. Калининград : Изд-во БФУ им. И. Канта, 2023. С. 116–119.
9. *Лазарева Э. А.* Заголовочный комплекс текста – средство организации и оптимизации восприятия // Известия Урал. гос. ун-та. 2006. № 40. С. 158–166.
10. *Гришаева Л. И.* Парадоксы медиалингвистики. Воронеж : Наука-Юнипресс, 2014. 295 с.
11. *Градюшко А. А.* Заголовок как важнейший элемент текста в веб-журналистике // Весці БДПУ. Серыя 1, Педагогіка. Псіхалогія. Філалогія. 2014. № 1. С. 73–77.
12. *Верещинская Ю. В.* Испанский газетный заголовок : лингвопрагматический и национально-культурный аспекты : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2013. 22 с.
13. *Телия В. Н.* Вторичная номинация и ее виды // Языковая номинация (Виды наименований). М. : Наука, 1977. С. 129–221.
14. *Добросклонская Т. Г.* Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник

Моск. ун-та. Сер. 10 «Журналистика». 2006. № 2. С. 21–33.

15. Никонов В. А. Введение в топонимику. М.: ЛКИ, 2018. 184 с.

16. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. М.: ЛИБРОКОМ, 2009. 368 с.

17. Ларионова М. В. Испанский газетно-публицистический дискурс: искусство информации или мастерство манипуляции? : монография / Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России, каф. испанского языка. М.: МГИМО – Университет, 2015. 327 с.

REFERENCES

1. Babina L. V. Kognitivnye osnovy vtorichnyh yavlenij v yazyke i rechi: monografiya. Tambov: Izd-vo TGU im. G. R. Derzhavina; M.: IYA RAN, 2003. 264 с.

2. Kognitivnye issledovaniya yazyka. Vyp. 1 (48): Vtorichnye struktury v yazykovoj kartine mira / отв. red. vypuska S. G. Vinogradova. Tambov: Izd-vo IP Chesnokova A. V., 2022. 515 p.

3. Korneva V. V. Kognitivnye osnovaniya polifunkcional'nosti toponimov v ispanskom mediadiskurse. In: *Kognitivnye issledovaniya yazyka*. Vyp. No. 4 (55): Kognitivnaya lingvistika v kontekste sovremennoj nauki / отв. red. vyp. O. A. Turbina. CHelyabinsk: YUzhno-Ural'skij gos. un-t, 2023. Pp. 578–581.

4. Imya sobstvennoe v nacional'no-kul'turnom prostranstve: monografiya. Ignat'eva E. P. [i dr.]. Irkutsk: Izd-vo IRNITU, 2022. 164 p.

5. Imya sobstvennoe v mediaprostranstve: monografiya. Grishaeva L. I. i dr. Voronezh: Izdat.dom VGU, 2019. 191 p.

6. Korneva V. V. Toponimicheskie issledovaniya v novoj nauchnoj paradigme. In: *Vestnik VGU. Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikaciya*. 2016. No. 1. Pp. 150–154.

7. Korneva V. V., Razvorotneva I. N. Toponimy v ispanskih mediateksth mezhhdunarodnoj tematiki. In: *Ot slova k diskursu: raznoobrazie form i (ne)predskazuemost' smyslov: tez. dokl. mezhhdunar. nauch. konf., Minsk, 12–13 maya 2023 g.* Redkol.: L. M. Leshchyova (otv. red.) [i dr.]. Minsk: MGLU, 2023. Pp. 192–193.

8. Korneva V. V. Toponimicheskie edinicy kak sredstvo manipulirovaniya v ispanskom mediaprostranstve. In: *Manipulyacii i socium: yazyk, soznanie, kul'tura: sb. nauchnyh trudov*. Pod red. M. N. Konnovoj. Kaliningrad: Izd-vo BFU im. I. Kanta, 2023. Pp. 116–119.

9. Lazareva E. A. Zagolovochnyj kompleks teksta – sredstvo organizacii i optimizacii vospriyatiya. In: *Izvestiya Ural'skogo gos. un-ta*. 2006. No. 40. Pp. 158–166.

10. Grishaeva L. I. Paradoksy medialingvistiki. Voronezh: Nauka-YUnipress, 2014. 295 p.

11. Gradyushko A. A. Zagolovok kak vazhnejshij element teksta v veb-zhurnalistike. In: *Vesci BDPU. Seriya 1, Pedagogika. Psihologiya. Filologiya*. 2014. No. 1. Pp. 73–77.

12. Vereshchinskaya YU. V. Ispanskij gazetnyj zagolovok: lingvopragmaticheskij i nacional'no-kul'turnyj aspekty: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 2013. 22 p.

13. Teliya V. N. Vtorichnaya nominaciya i ee vidy. In: *Yazykovaya nominaciya (Vidy naimenovaniy)*. M.: Nauka, 1977. Pp. 129–221.

14. Dobrosklonskaya T. G. Mediadiskurs kak ob'ekt lingvistiki i mezhkul'turnoj kommunikacii. In: *Vestnik Mosk. un-ta. Ser. 10 «ZHurnalistika»*. 2006. No. 2. Pp. 21–33.

15. Nikonov V. A. Vvedenie v toponimiку. M.: LKI, 2018. 184 p.

16. Superanskaya A. V. Obshchaya teoriya imeni sobstvennogo. M.: LIBROKOM, 2009. 368 p.

17. Larionova M. V. Ispanskij gazetno-publicisticheskij diskurs: iskusstvo informacii ili masterstvo manipulyacii? : monografiya. Mosk. gos. in-t mezhhdunar. otnoshenij (un-t) MID Rossii, kaf. ispanskogo yazyka. M.: MGIOMO – Universitet, 2015. 327 p.

Воронежский государственный университет
Корнева В. В., доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой романской филологии
E-mail: kornevavalentina@mail.ru

Разворотнева И. Н., аспирант
E-mail: irasus@mail.ru

Поступила в редакцию 20 июля 2023 г.
Принята к публикации 26 сентября 2023 г.

Для цитирования:

Корнева В. В., Разворотнева И. Н. Топонимы в заголовках медиатекстов (на материале испанского языка) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023. № 4. С. 83–89. DOI: <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2023/4/83-89>

Voronezh State University
Korneva V. V., Doctor of Philology, Professor, Head of the Romanic Philology Department
E-mail: kornevavalentina@mail.ru

Razvorotneva I. N., Post-graduate Student
E-mail: irasus@mail.ru

Received: 20 July 2023
Accepted: 26 September 2023

For citation:

Korneva V. V., Razvorotneva I. N. Toponyms in media texts headlines (based on Spanish language). *Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*. 2023. No. 4. Pp. 83–89. DOI: <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2023/4/83-89>