

Секция «Иностранные языки и регионоведение»

Интертекстуальное и социокультурное измерение гиперлинковых заголовков в авторитетной испанской онлайн-прессе (на материале El País.com, El Mundo.es, Abc.es, La Vanguardia.com, La Razón.es)

Румянцева Елена Игоревна

Аспирант

*МГУ имени М.В. Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения,
Москва, Россия*

E-mail: elenacleo@rocketmail.com

Семиотически закодированные продукты деятельности человека образуют культуру конкретного этноса и «определяют специфику и богатство сознания представителя определенного этнолингвокультурного сообщества». Язык является «основным модусом бытия этносоциальной сферы». Важно, что язык и культура могут рассматриваться как «взаимокомпенсаторные» единства: «как язык не существует вне культуры, так и культура не существует вне языка» [Привалова: 29-31].

Трудно переоценить роль лингвокультурных реалий, оставляющих след в гиперлинковых заголовках испанской онлайн-прессе. Некоторые культурно-специфические термины способны вызвать значительные когнитивные трудности у изучающих испанский язык, т.к. нуждаются в дополнительных поясняющих комментариях. Чаще всего это касается артефактных, праздничных или региональных культурных реалий (*“la viñeta”, “el chupinazo”, “la ikurriña”, “Madelman”* etc.).

Культурно-специфические и окказиональные понятия всегда несут за собой флёр некоторой загадочности и недосказанности, особенно для представителей другой культуры, возможно потому, что под своим вербальным щитом они скрывают эмоционально-ассоциативный сгусток данного этноса и часть его уникального исторического опыта. При этом они составляют набор языковых маркеров национально-культурного сознания, изучение которых позволяет воссоздать речевой портрет языковой личности и коммуникативной личности – представителя определенной этно-лингвокультуры [Привалова: 41].

Онлайн-пресса, как и другие продукты культурно-информационного производства, безусловно, несет на себе социокультурный след проблематики своего времени и данного языкового сообщества.

К примеру, подорванное доверие к политике государства и, как следствие, потребность в реставрации прежнего имиджа страны, расшатанной перманентным кризисом, повлияло и на гиперлинковые заголовки испанских изданий. Проявляется это настроение, в первую очередь, в тематическом фокусе на альтернативных успешных сторонах Испании, как например, туризме и культуре, и косвенно способствует усилению интереса к популяризации и экспансии испанского языка в мире, а также к региональным диалектам.

Одни из ключевых сторон в осмыслении современной испанской ментальности: темы языковых конфликтов, питающие националистские конфликты; развитие феминизма, ведущее свое начало еще с республиканских времен; негативное отношение к корриде и стоящее за этим отрицание части испанской национальной идентичности [Luzón, Seixas: 560-578].

Последняя проблема действительно актуальна и открыто обсуждается всем испанским сообществом, разделяя его на два противоположных лагеря. Неприкрытый сарказм над тореадорами и искусством корриды, прежде высоко ценимой и входящей в базовую символическую матрицу Испании, теперь царит на страницах электронных газет (*Blancas y con lana, ovejitas, ¿Qué pintan las figuras en Pamplona?*).

Внимание к феминистским тенденциям также нашло свое пристанище среди заголовков (*Tras el retiro del futbolista, se cumplen los vaticinios: Victoria fagocita a Beckham, La excantante y diseñadora ha hecho de sí misma una boyante y reconocida empresa*).

Сохраняющаяся в испанской ментальности религиозность и приверженность католичеству доказывается, как заголовками, так и существованием отдельных разделов, посвященных исключительно религиозным новостям («*Efecto Francisco*»: *crecen los españoles que se declaran católicos, Admitida la querrela contra la cúpula de la sanidad madrileña*).

Лингвокультурологическую ценность имеют также разнообразные прецедентные тексты и аллюзии. Прецедентные высказывания помогают реализовать рекламную функцию заголовков, важность которой усиливается вследствие возрастающей конкуренции между современными СМИ [Мельник: 485].

Аллюзиями в заголовках рассматриваемые нами авторитетные электронные издания не злоупотребляют, но пользуются умеренно: *Resulta que Obama no era 'Bambi'; 25 veces 'Don Quijote de La Mancha', Ser o no ser... ballena; Un palestino, 'Arab Idol'; Boney 'INEM' Blogs; Abre tus ojos, abre tu mente; Cuando el fin justifica la fama; "En Dios confiamos; a todos los demás los vigilamos"*.

В преобладающем большинстве источниками аллюзий для гиперлинковых испанских заголовков выступают англоязычные тексты, что, предположительно, является следствием экспансивной популярности англоязычной культуры в Испании и в киберпространстве. Их преимущество также в том, что они, как правило, отличаются универсальной узнаваемостью и понятны даже иностранцам.

Если характеризовать гиперлинковые заголовки по их жанровой принадлежности, следует заметить, что в публицистических жанрах достаточно часто попадаются аллюзии к известным выражениям и их языковая «переигровка»: *Programar o ser programado, Hilo de Ariadna, La cama de Pandora, No vuelva usted m@ñana*. Гиперлинковые заголовки строго оперативно-новостных жанров не часто пользуются аллюзиями и лишь изредка прибегают к экспрессивно-образным языковым выражениям и элементам языковой игры: *Los campus toman el relevo de la protesta educativa, Wiki-izquierda, la opción que roba la voz al PSOE, Merkel plantará cara a la extrema derecha, El mayor centro budista echa raíces en una aldea gallega*.

Литература

1. Мельник Ю.А. Специфика газетных заголовков, построенных на основе нетрансформированных прецедентных высказываний песенного происхождения.// Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского Серия "Филология. Социальные коммуникации". Т. 24, № 4, Ч. 1. Симферополь, 2011.

Конференция «Ломоносов 2014»

2. Привалова И.В. Интеркультура и вербальный знак (лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации). М., 2005.
3. Luzón J.M., Seixas X.N. Ser españoles. Barcelona, 2013.

Слова благодарности

профессору, д. ф. н., заведующей кафедрой испанского языка - Марине Михайловне Раевской