

e-ISSN: 2658-5650

Российская академия наук  
Институт научной информации  
по общественным наукам

# **ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКА**

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

**№ 2**  
**2019**

МОСКВА  
2019

Учредитель:

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки

«Институт научной информации  
по общественным наукам РАН»

Главный редактор:

*В.А. Пицальникова* – д-р филол. наук (Москва, Россия)

Заместитель главного редактора:

*Л.Р. Комалова* – д-р филол. наук (Москва, Россия)

Редакционная коллегия:

*Л.О. Бутакова* – д-р филол. наук (Омск, Россия); *Н.Н. Германова* –  
д-р филол. наук (Москва, Россия); *А.В. Кирилина* – д-р филол. наук  
(Москва, Россия); *Е.Ф. Косиченко* – д-р филол. наук (Москва,  
Россия); *В.В. Красных* – д-р филол. наук (Москва, Россия);  
*Е.В. Лукашевич* – д-р филол. наук (Барнаул, Россия);  
*Е.Ю. Мягкова* – д-р филол. наук (Тверь, Россия); *А.Г. Сонин* –  
д-р филол. наук (Москва, Россия)

Редакционный совет:

*Е.Н. Гуц* – д-р филол. наук (Омск, Россия); *А.В. Кинцель* – канд.  
филол. наук (Барнаул, Россия); *Дж. Кич-Дргас* (Познань, Польша);  
*Н.Ф. Крюкова* – д-р филол. наук (Тверь, Россия); *А.Б. Михалёв* – д-р  
филол. наук (Пятигорск, Россия); *В.А. Попова* – д-р филологии  
(Шумен, Болгария); *Д.Д. Попов* – д-р филологии (Шумен,  
Болгария); *Н.Н. Трошина* – канд. филол. наук (Москва, Россия);  
*Д.Д. Трегубова* – канд. истор. наук (Москва, Россия);  
*С.А. Чугунова* – д-р филол. наук (Брянск, Россия); *Э.Б. Яковлева* –  
д-р филол. наук (Москва, Россия); *К. Янь* – канд. филол. наук  
(Гуанчжоу, Китай)

Ответственный секретарь:

*К.С. Карданова-Бирюкова* – канд. филол. наук (Москва, Россия)

e-ISSN: 2658-5650

Russian Academy of Sciences  
Institute of Scientific Information  
for Social Sciences

# **ETHNOPSYCHOLINGUISTICS**

SCHOLARLY JOURNAL

**№ 2**  
**2019**

MOSCOW  
2019

Founder:

Federal State Budgetary Institution of Science

«Institute of Scientific Information for Social Sciences  
of the Russian Academy of Sciences»

Editor-in-chief:

*Vera Pischalnikova* – DSn in Philology (Moscow, Russia)

Deputy editor-in-chief:

*Liliya Komalova* – DSn in Philology (Moscow, Russia)

Executive secretary:

*Kseniya Kardanova-Biryukova* – PhD in Philology (Moscow, Russia)

Editorial board:

*Larisa Butakova* – DSn in Philology (Omsk, Russia); *Nataliya Germanova* – DSn in Philology (Moscow, Russia); *Alla Kirilina* – DSn in Philology (Moscow, Russia); *Elena Kosichenko* – DSn in Philology (Moscow, Russia); *Viktoriya Krasnykh* – DSn in Philology (Moscow, Russia); *Elena Lukashevich* – DSn in Philology (Barbaul, Russia); *Elena Myagkova* – DSn in Philology (Tver, Russia); *Alexandr Sonin* – DSn in Philology (Moscow, Russia)

Advisory board:

*Elena Guts* – DSn in Philology (Omsk, Russia); *Alyona Kintsel* – PhD in Philology (Barbaul, Russia); *Joanna Kic-Drgas* (Poznan, Poland); *Natalia Kryukova* – DSn in Philology (Tver, Russia); *Andrey Mikhalev* – DSn in Philology (Pyatigorsk, Russia); *Velka Popova* – PhD in Philology (Shumen, Bulgaria); *Dimitar Popov* – PhD in Philology (Shumen, Bulgaria); *Natalia Troshina* – PhD in Philology (Moscow, Russia); *Dinara Tregubova* – PhD in History (Moscow, Russia); *Svetlana Chugunova* – DSn in Philology (Bryansk, Russia); *Emma Yakovleva* – DSn in Philology (Moscow, Russia); *Kai Yan* – PhD in Philology (Guangzhou, China)

## СОДЕРЖАНИЕ

### ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ВОПРОСЫ ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКИ

<i>Ионова С.В.</i> Вынужденная синтагматика информативных единиц и их восприятие .....	9
<i>Бокале П.</i> Дейксис, эпистемическая модальность и ирреальность в русском языке .....	24
<i>Стародубова О.Ю.</i> Интертекстуальность и национальная безопасность в медийном дискурсе .....	38

### ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКА И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

<i>Залипаева Ж.П.</i> Стратегии идентификации темпоральных идиом в индивидуальном лексиконе билингва .....	51
<i>Афанасик Д.А.</i> Компаративный анализ структурных особенностей и динамики концептов «брак / marriage» .....	66

### ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКА И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ: СМЕЖНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

<i>Шаховский В.И.</i> Экологическая многоликость коммуникативных сред человека .....	79
<i>Бубнова И.А.</i> Прецедентное имя: Символ славного прошлого и расколотого настоящего .....	102
<i>Масленникова Е.М.</i> Лакуны культурного пространства и визуализация реалий: Личностные смыслы интерпретатора ....	114
<i>Дрога М.А.</i> Трансформация цитат в газетном тексте (На материале заголовков) .....	131

## **ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКА**

<i>Гуц Е.Н., Худякова Н.О.</i> Обусловленность выбора методик психолингвистического эксперимента возрастными особенностями реципиентов .....	149
<i>Бутакова Л.О.</i> Самопрезентация пожилого возраста в режиме социально-коммуникативных и смысловых характеристик определенной возрастной группы .....	160
<i>Чугунова С.А.</i> Взаимодействие языков в условиях учебного билингвизма (По результатам свободного ассоциативного эксперимента) .....	175
<i>Фролова О.В., Ляксо Е.Е.</i> Коммуникативные навыки пяти-семилетних детей с нарушениями развития и умственной отсталостью .....	190

## **ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА**

<i>Хрисонопуло Е.Ю.</i> Актуализация концептуальных архетипов и когнитивных структур как фактор выбора бытийного предложения в политическом дискурсе (На материале инаугурационных выступлений американских президентов) .....	207
<i>Корнеева Е.А.</i> Стратегии самопрезентации в жанре политических дебатов (На примере выступлений Терезы Мэй и Джереми Корбина) .....	219

## CONTENTS

### THEORETICAL AND APPLIED ISSUES OF ETHNOPSYCHOLINGUISTICS

<i>Ionova S.V.</i> Obligated Syntagmatic of Informative Pieces and their Perception .....	9
<i>Bocale P.</i> Deixis, Epistemic Modality and Irrealis in the Russian Language .....	24
<i>Starodubova O.Yu.</i> Intertextuality and National Security in Media Discourse .....	38

### ETHNOPSYCHOLINGUISTICS AND CROSSCULTURAL COMMUNICATION

<i>Zalipaeva Z.P.</i> Strategies of Temporal Idiomatic Expressions Identification in a Bilingual's Individual Vocabulary .....	51
<i>Afanasik D.A.</i> Comparative Analysis of the Structural Features and Dynamics of Concepts «Brak / Marriage» .....	66

### ETHNOPSYCHOLINGUISTICS AND LINGUACULTUROLOGY: RELATED ISSUES

<i>Shakhovsky V.I.</i> Ecological Diversity of Human Communicative Environments .....	79
<i>Bubnova I.A.</i> Allusive Name: A Symbol of the Glorious Past and Split Present .....	102
<i>Maslennikova E.M.</i> Lacunas of Cultural Space and Visualization of Realities: Interpreter's Personal Meanings .....	114
<i>Droga M.A.</i> Transformation of Quotes in Newspaper Text (On the Material of Headlines) .....	131

## EXPERIMENTAL ETHNOPSYCHOLINGUISTICS

<i>Goots Ye.N., Khudyakova N.O.</i> Choice of Psycholinguistic Experiment Methods Depending on Age Characteristics of Recipients .....	149
<i>Butakova L.O.</i> Self-presentation of the Elderly in the Mode of Socio-Communicative and Semantic Characteristics of a Certain Age Group .....	160
<i>Chugunova S.A.</i> Language-to-Language Relationship in Classroom Bilingualism Environment (On the Basis of Free Association Test Findings) .....	175
<i>Frolova O.V., Lyakso E.E.</i> Communicative Skills of 5–7-year-old Children with Developmental Disorders and Intellectual Disabilities .....	190

## ETHNOPSYCHOLINGUISTIC FEATURES OF INSTITUTIONAL DISCOURSE

<i>Khrisonopulo E.Yu.</i> The Evocation of Conceptual Archetypes and Cognitive Structures as a Factor for Choosing Existential Sentences in Political Discourse: The Case of Inaugural Speeches of American Presidents .....	207
<i>Korneeva E.A.</i> Strategies of Self-presentation in the Genre of Political Debate (On the Basis of Theresa May and Jeremy Corbyn's Parliament Speeches) .....	219



**Дрога М.А.**

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦИТАТ В ГАЗЕТНОМ ТЕКСТЕ  
(На материале заголовков)<sup>1</sup>**

*Белгородский государственный  
национальный исследовательский университет,  
Россия, Белгород, droga@bsu.edu.ru*

*Аннотация.* Работа посвящена исследованию языка газетной публицистики. В интернет-изданиях, газетах, рекламе используется большое количество заголовков, выполняющих разные функции. Анализируются примеры на материале газет «Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Мир новостей» и др. В статье рассматриваются особенности заголовков современных газет. Обращается внимание на заголовки, содержащие прецедентный текст. Также исследуется трансформация известных цитат в журналистских статьях. Цель автора – привлечь внимание читателя, а также выразить свое отношение к описываемому событию.

*Ключевые слова:* заголовок; язык газет; цитирование; цитата; прецедентность; имя собственное; интертекстуальность.

Поступила: 26.06.2019

Принята к печати: 01.10.2019

---

<sup>1</sup> © Дрога М.А., 2019

**Droga M.A.**

**Transformation of Quotes in Newspaper Text  
(On the Material of Headlines)**

*Belgorod State National Research University,  
Russia, Belgorod, droga@bsu.edu.ru*

*Abstract.* This paper focuses on newspaper publication language. There is a great number of headlines that perform different functions in Internet newspaper publications and advertising. Analyzed examples to be analyzed are retrieved from such newspapers as «Argumenty and Facts», «Komsomolskaya Pravda», «Mir Novostey», etc. The paper explores the features of modern newspaper headlines. Special attention is drawn to the headlines, containing precedent texts. Transformations of famous quotes in journalistic articles are also looked at. The aim of journalists is to attract the audience and to express their own view to the described event.

*Keywords:* headline; newspaper language; quoting; quotation; precedent; proper noun; intertextuality.

Received: 26.06.2019

Accepted: 01.10.2019

**Введение**

Массмедиа являются одним из инструментов познания реальности. «Тексты СМИ сейчас являются наиболее социально значимыми сообщениями, преобладающими в обществе над всеми другими видами текстов. Медиа́текст отражает особый тип реальности, которая является продуктом информационной деятельности человека» [Пищальникова, 2018].

Текстовые новообразования нестандартной структуры обладают большим потенциалом и по этой причине всё чаще используются в современных СМИ. Элементы языковой игры с использованием аббревиации, сложения основ, замены компонентов включаются в медиатексты не только с целью фиксации внимания читателя, но и выполняют развлекательную функцию: читающий становится участником интеллектуальной игры, разгадывая многослойный смысл текстового новообразования.

Исследование показало, что развлекательную функцию часто выполняют газетные заголовки, содержащие строчки из известных фильмов, художественных текстов и т.п. За ними скрываются

культурно-исторические события, элементы народного прошлого. Заголовок всегда выделен графически; он противопоставлен основному тексту, читатель в первую очередь обращает на него внимание, он формирует основу для дальнейшего восприятия текста читателем [Саблина, 2009].

Термин «прецедентный текст» был предложен Ю.Н. Карауловым еще в 1986 г. Феномен прецедентности выступил объединяющим компонентом готовых образов, оценок, норм. В отечественной лингвистике до сих пор ведутся споры о соотношении понятий «интертекстуальность» и «прецедентность», и в большинстве исследований четкой границы между ними не проводится. По сути, любой текст является цитатой чужих текстов. Так, в СМИ чрезвычайно востребованными становятся заголовки, содержащие цитатные формулы культурного состояния общества. Структурная трансформация цитат в заголовках газет рассматривалась в работах Е.А. Земской, Е.П. Черногрудовой, Т.Ю. Чигириной, Т.В. Васильевой, Е.С. Ляшенко и др. [Васильева, 2005; Ляшенко, Курмакаева – эл. ресурс].

### **Методика исследования**

Цель настоящей работы состоит в анализе заголовков современной прессы. Заголовки, указывающие на известные события, известных людей, литературные произведения, отражают креативную деятельность человека, демонстрируют новый виток в развитии медийного текста и его влиянии на читателя. В задачи исследования входило: представление особенностей заголовков текстов газетной публицистики и описание средств выражения информационного содержания, а также выявление доминанты в репрезентации культурного фонда русского языка.

В арсенале средств массовой коммуникации существует несколько категорий, обращение к которым является едва ли не обязательным [Дрога, Коробкова, 2018]. «К числу подобных феноменов относится имя собственное в его противопоставлении имени нарицательному и в его многообразных коммуникативных модификациях, результатом которых может быть превращение в прецедентное имя, сохраняющее многие признаки имени собственного и вместе с тем в той или иной степени приближающееся к имени нарицательному» [Нахимова – эл. ресурс].

Выборка заголовков для исследования осуществлялась на материале газет «Комсомольская правда», «Аргументы и факты»,

«Мир новостей» и др. за последние три года. Метод сплошной выборки комбинировался с количественным приемом, позволившим выделить наиболее пополняемые тематические группы заголовков. Полученный языковой материал детально обрабатывался при помощи описательного метода.

## Результаты исследования

Анализ заголовков газетных текстов выявил употребление собственных имен, которые обозначают художественные или иные произведения, а также известных людей прошлого и настоящего (*Гоголь-переселенец, Ангел-хранитель, Амур-каток, Таня-Москвич* и т.п.). «Особенно активно вовлекаются в деривационные процессы и обыгрываются в медийных текстах имена (фамилии) значимых и популярных деятелей. Подобные новообразования оперативно реагируют на интенсивную динамику общественных процессов и часто негативно характеризуют определенного политического деятеля и его сторонников» [Социокультурные и лингвопрагматические аспекты..., 2018, с. 73]. Пример: *Джигурда-мобиль* (заголовок). *Объявивший о своем участии в выборах мэра Москвы актер Никита Джигурда своеобразно отметил победу российской сборной над командой Испании. Для этого он на улицах российской столицы запустил агитационный автомобиль с изображением самого себя* (КП, 02.07.2018 г.).

Гораздо большее число заглавий – фразы, представляющие собой ссылку на мировые события и узнаваемые тексты. Это заголовки-цитаты из художественных текстов, народных песен, мультфильмов, фразеологизмы, и т.п. Например: **В чужом пиру похмелье...** (заголовок). П. Клишкин, министр иностранных дел Украины: «Украина обязана испортить России праздник футбола». *Для этого украинской команде следовало победить не только российскую, но и другие сборные. Но она даже не смогла отобраться на ЧМ. А когда в чужом пиру похмелье, дурные мысли и лезут в голову* (АиФ, 20.06.2018 г.).

Выражение «во чужом пиру похмелье» означает, что человек испытывает чувство чуждости по отношению ко всем окружающим, не разделяет общего приподнятого настроения, пребывая в мрачном расположении духа.

Полные прецедентные тексты становятся источниками интертекста в СМИ. Тексты могут цитироваться лишь целиком в тех

случаях, когда они невелики по объему (анекдоты, тосты, загадки, пословицы и т.п.). В других случаях апелляция к прецедентным текстам происходит путем использования прецедентных высказываний, имен и ситуаций [Фокина, 2006].

Отметим, что журналисты используют цитаты в измененном и переработанном виде (применительно к целям заголовка): *Тайны королевского двора* (заголовок). *Что за секретная диета Кейт Миддлтон?* (АиФ, 01.07.2018 г.). Фразеологизм «тайны мадридского двора» появился благодаря роману Георга Борна «Изабелла, или Тайны мадридского двора». В романе повествуется о скандальных похождениях испанской инфанты Изабеллы. В народе в шутку стали использовать это выражение при наличии каких-то тайн, интриг, особенно в среде известных людей. За последние годы это выражение не один раз попадало в заголовки газет, став общим достоянием культуры. *В лесу снималась елочка* (заголовок). *Наши читатели продолжают участвовать в литературно-фотографическом конкурсе. В этот раз в подборке оказались фотографии, на которых в прекрасном образе запечатлены символы Нового года* (КП, 04.01.2018 г.). *Обезьяна, будь человеком!* (заголовок). *Коко – самая умная говорящая горилла в мире – скончалась на 47-м году жизни* (КП, 28.06.2018 г.). Читатель невольно вспоминает о всем знакомом мультфильме «Баранкин, будь человеком!» (1963), снятом по одноименной повести Валерия Медведева (1962). Ленивый и непослушный ученик Баранкин превращается в крохотного человека. Его ждет много опасностей и приключений в мире насекомых. Но просьба «будь человеком!» в обычной жизни часто используется в значении войти в положение того, кто просит, понять его ситуацию, пойти навстречу, на уступки, проявить гуманность. Обычно с такой просьбой обращаются к друзьям.

Анализ отобранных заголовков позволил сделать вывод о частотности аббревиатур в их компонентном составе. «При существующей тенденции к языковой экономии в быстром темпе современной жизни – передать максимум информации, прикладывая минимум усилий, места, времени, – аббревиатуры просто созданы для такой функции <...> являются активным участником языковой игры, поскольку часто называют актуальные реалии современной действительности...» [цит. по: Социокультурные и лингвопрагматические аспекты ..., 2018, с. 137].

Приведем пример: *Что ПАСЕешь, то и вернешь. Приедет ли делегация России в Страсбург?* (заголовок). *На минувшей неделе Бюро Парламентской ассамблеи Совета Европы решило пору-*

*чить Комиссии ПАСЕ по регламенту изучить вопрос о полномочиях национальных делегаций* (АиФ, 29.05.2019 г.). В данном прецедентном тексте, отсылающем к пословице «что посеешь, то и пожнешь» (о человеке, который своими поступками предопределяет свое будущее), содержится аббревиатура ПАСЕ (Парламентская ассамблея Совета Европы). Это одно из двух главных уставных ведомств Совета Европы; консультативный орган, состоящий из представителей парламентов всех государств-членов. ПАСЕ является старейшим в Европе органом межпарламентского сотрудничества, основанным 70 лет назад. Происходит не только замена компонентов прецедентного выражения, но и замена орфограммы *о на а* в соответствии с целями подзаголовочной части.

Среди рассмотренных нами примеров встретились следующие виды структурной трансформации цитат, представляющих собой прецедентные тексты:

1) сокращение компонентного состава:

*А поутру они проснулись...* (АиФ, 05.12.2017 г.). Ср.: «А поутру они проснулись – кругом помятая трава, там не одна трава помята – помята девичья краса» (народная песня);

2) расширение компонентного состава:

*Кошка, которая гуляет сама по себе на протезе* (заголовок). В Башкирии попавшей под машину Мурке распечатали новую лапу на 3D-принтере (КП, 19.04.2018 г.). Ср.: «Кошка, которая гуляла сама по себе» (знаменитая сказка Редьярда Киплинга) – чудесная история о том, как дикие животные стали домашними и о хитрости дикой кошки. Но в данной статье речь о том, как хирурги и современная медицина помогли домашнему животному;

*Чтобы брючный костюмчик сидел...* (заголовок). Во время предвыборной гонки Елену Зеленскую чаще всего видели в брючных костюмах. В голубом она появилась в день второго тура выборов на избирательном участке. Брючный костюм – тренд сезона, считают стилисты. Образ выглядит довольно демократично (АиФ, 30.05.2019 г.). Фраза «главное, чтобы костюмчик сидел» стала крылатой благодаря песне из телефильма «Чародеи» режиссера К. Бромберга, снятому по сценарию братьев Стругацких в 1982 г. Произвести хорошее впечатление при первой встрече – главное для героя фильма. Такая же мысль прослеживается в отрывке из газетной статьи, в которой говорится о первой леди Украины, супруге Владимира Зеленского Елене.

*Кононов и Каррера – два сапога пара* (заголовок). В Чемпионате России-2018/2019 был задействован двадцать

один главный тренер. Среди них тренеры «Спартака» Кононов и Каррера. При Массимо Каррере «Спартак» угодил в пике, из которого Олег Кононов команду не вывел (Советский спорт, май, 2019 г.). Разговорное и ироническое выражение «два сапога пара», обозначающее людей, по своим качествам похожих друг на друга, дополняется двумя именами собственными в начале предложения-заголовка.

С **Детского** мира по нитке (заголовок). Многодетная мама за месяц создала прибыльный комиссионный магазин (АиФ, 2019, № 17).

Летящей походкой **уходим от боли** (заголовок). Как ноги влияют на наше здоровье (КП, 24.01.2019 г.).

3) замена слов-компонентов (может быть как частичной, так и полной):

а) **«Сепар»** и **«Молот»** (заголовок). Новейший украинский миномет опять убивает своих. Украинская разработка 2015 года вот уже год осуществляет «диверсии» в тылу, лишая жизни и здоровья военнослужащих ВСУ (АиФ, 06.07.2018 г.). Ср.: **Серп** и **молот** – советская государственная эмблема, символ союза рабочих и крестьян. В заголовке произошла замена первого слова в составе устойчивого словосочетания;

**Росстат** разбушевался (заголовок). По данным Росстата, каждая четвертая семья не может пригласить гостей на семейное торжество, 49,1% семей не в состоянии выехать на недельный отпуск, а у 11% семей не хватает денег на необходимые лекарства (Мир новостей, 10.04.2019 г.). В 1965 г. появился французский фильм «Фантомас разбушевался». Фантомас (фр. Fantômas, человек-фантом) – вымышленный персонаж, гениальный преступник, скрывающий свое лицо, один из наиболее известных антигероев французской литературы и кино. С этого времени стало популярным обозначение человека в маске *фантомасом*. В статье описываются последние статистические данные о жизни россиян.

Как хороши, как свежи были **позы** (заголовок). 7 лучших ракурсов для фото в отпуске (КП, 28.06.2018 г.). Этот заголовок отсылает нас к строке «как хороши, как свежи были розы», приписываемой Ивану Тургеневу. Писатель использовал ее в одном из своих «стихотворений в прозе» (1882). Но не все знают, что данная фраза впервые появилась в стихотворении «Розы» (1835) без указания автора. На самом деле строчка была написана поэтом Иваном Петровичем Мятлевым (1796–1844), современником А.С. Пушкина и М.Ю. Лермонтова, довольно известным в свое время многими лирическими и шутивными сочинениями. Также есть похожие строки

у Игоря Северянина, который в стихотворении «Классические розы» написал: «как хороши, как свежи будут розы» – замена одной буквы в слове;

*Давай **закусим**, товарищ, по одной* (заголовок). Гурманы знают: правильные закуски градус не крадут, а создают атмосферу праздника. И к тому же не позволяют в новогоднюю ночь напиться (КП, 27.01.2019 г.). Трансформация лексического значения и замена компонента (ср.: «давай закурим, товарищ, по одной» – строка из песни).

*Кто в лес, кто **по языкам**. Как выбрать летний лагерь для ребенка?* (заголовок). Если вы еще не определились, куда пристроить ребенка на летние каникулы, то стоит подумать про детский лагерь (АиФ, 29.05.2019 г.). Во фразеологическом словаре русского языка мы найдем следующее толкование выражения «кто в лес, кто по дрова»: разг. шутол. Вразной, вразброд; нестройно (о несогласованных действиях, обычно о пении, игре на музыкальных инструментах). Момент совпадения с прецедентным текстом – обозначение выбора, рассогласованности действий.

***Преступница** на все руки* (заголовок). Одним из самых резонансных убийств стала расправа над женщиной-полицейским Мишель Кизеветтер (КП, 30.05.2019 г.). В статье описывается долгий путь следователей, которые не могли найти женщину-призрака, оставлявшую свои следы на местах преступлений. Косвенно прослеживается связь с выражением «мастер на все руки». Изначально оно появилось в среде перчаточников – мастеров по изготовлению перчаток. Перчатки вошли в широкое употребление в средние века. В Россию попали из Европы. Изготовление перчаток, в отличие от производства обычных варежек было делом трудоемким. Как видим, в прессе происходит замена слова *мастер*, обозначающего высший уровень, блестящий результат на компонент с негативной окраской «преступница», обозначающий лицо женского пола.

*Есть такая профессия – Родину **восхищать*** (заголовок). Как на ТВ отмечают 85-летие любимца зрителей Василия Ланового (КП, 27.05.2019 г.). Выражение, пришедшее в разговорный обиход из кинофильма «Офицеры»: «Есть такая профессия – Родину защищать».

На страницах печатных СМИ замечено одесское выражение, использовавшееся в кафе, ресторанах и гостиницах, перефразированное в следующий заголовок:



а) Любой **курорт** за ваши деньги (заголовок). Когда есть деньги, то лето можно устроить себе даже в январе. Однако в последнее время наши знаменитости предпочитают проводить январь не только на пляже, но и в горах. Селебрити разделились на два лагеря – любителей солнца и снега (КП, 17.01.2019 г.).

б) Купить или не купить? (заголовок). В современном мире очень развита привязанность людей к вещам. Все крутится вокруг материальных благ. Люди готовы с утра до ночи работать, чтобы осуществить очередную запланированную покупку. Для кого-то это действительно необходимость, а для кого – просто показать свое материальное превосходство (КП, 18.06.2018 г.). Ср.: «Быть или не быть?» (У. Шекспир. Гамлет) – замена всего лексического состава прецедентного высказывания.

Как видно из примеров, современные заголовки имеют высокий индекс обращения к культурологическому материалу. Так, использование заголовков, называемых «интертекстемы», происходит во всех сферах жизни: политике, киноиндустрии, экономике, медицине и т.п. Графически яркие и броские заголовки содержат отсылки к ранее созданным текстам. Причем трансформация цитат происходит с использованием различных приемов.

- Лексическая трансформация

**Наши и медведь** (заголовок). Как бурый мишка Тима стал болельщиком и актером. В день открытия чемпионата мира по Москве в кабриолете катался настоящий медведь, который периодически дудел в фанатскую дудку (АиФ, 18.06.2018 г.). Изменение слова «Маша», обозначавшего героиню мультфильма (сказки), на слово «наши» приспособливает заголовок для обобщающего именованя всех российских футбольных болельщиков.

**Звезда обетованная** (заголовок). Ходят упорные слухи – от России в Израиль на конкурс «Евровидение-2019» поедет Сергей Лазарев. Но есть и другие претенденты (КП, апрель, 2019). Фразеологизм «земля обетованная» употребляется в значении: место, куда кто-либо стремится, мечтает попасть; место, где царят довольство и счастье; вообще что-либо желанное, что представляется высшим счастьем. В медийном тексте раскрывается значение трудного выбора, еще одной попытки, которую предпринял бывший участник музыкального конкурса Сергей Лазарев.

- Графическая или интонационная трансформация

**Во поле «Березка» плясала** (заголовок). Как легендарный танцевальный ансамбль прославил СССР на международном уровне (КП, 22.04.2018 г.). Ср.: название известной русской народ-

ной хороводной песни «Во поле березка стояла». В данном случае «Березка» – официальное название танцевального коллектива, поэтому графически оформлено в кавычках и с заглавной буквы.

*Декретные материалы* (заголовок). Насколько выросли выплаты мамам? (АиФ, 2019, № 12). Сериал «Секретные материалы» впервые попал на наши экраны почти 25 лет назад, и в то время никто не предсказывал, насколько он станет массовым. То, что начиналось как научно-фантастический телесериал со сверхъестественными явлениями, вскоре начало просачиваться в поп-культуру, оставляя наследие, с которым не многие могут соперничать в жанре научной фантастики. В статейном заголовке нет прямой связи с прецедентным названием, ярко прослеживается игра слов: при замене заглавной буквы происходит переориентация читателя на тему детских пособий, положенных мамам и папам в России.

• Грамматическая трансформация

*Никто не виноват и ничего не надо делать* (заголовок). *Как устроена Россия?* (АиФ, 12.06.2018 г.). Ср.: «кто виноват?» и «что делать?» – два извечных философских вопроса, поставленных классиками русской литературы. Изменение местоимений объясняется содержанием публикации о том, что у России свой путь развития и не следует искать причины неудач.

Важно отметить, что среди заголовков выделяются так называемые дезориентирующие, т.е. не связанные с цитируемым прецедентным текстом, не отражающие его сути: *Следствие ведут лежаки* (заголовок). *Телезрителей ждет новый комедийный детектив «Пляж. Жаркий сезон»* (КП, 05.07.2018 г.). «Следствие ведут ЗнаТоКи» – цикл советских детективных телефильмов, один из самых популярных советских сериалов.

В подобных примерах степень информативности и предсказуемости текста минимальна: *Белая горилла под моим окном* (заголовок). *В прокат вышел фильм с гориллой в главной роли* (КП, 12.07.2018 г.). Этот заголовок не имеет ничего общего с прецедентным текстом: Сергей Есенин писал о тоске по Родине, где береза – символ духовной чистоты. Это еще раз подтверждает тот факт, что для автора статьи доминирующей целью является заинтересованность читателя. То, что получается в результате замены компонента, приобретает комический эффект.

Результатом комплексной трансформации является трансформированная цитата – квазичитата. Например: *Возьмите от пенсии всё!* (заголовок). *Современные пенсионеры активно догоняют моло-*

дое поколение, всё больше осваивая новые финансовые инструменты и технологии (АиФ, 2019, № 17). Здесь наблюдаем качественную трансформацию и лексическую замену компонентов слогана текстом из популярных реклам: «Пепси, бери от жизни всё!».

*Ты ж меня **кидманула** (заголовок). Криминальная драма «Время возмездия» готовит сюрприз для поклонников Николь Кидман* (КП, 20.03.2019 г.). «*Ти ж мене підманула*» (рус. ты ж меня обманула) – шуточная и плясовая украинская народная песня. В ней повествуется о молодом парне и девушке, которая каждый день недели назначает ему свидания, а сама на них не приходит. Данная песня является одной из самых популярных украинских песен. В заголовочной части газетной статьи происходит изменение смысла и замена глагола в несвойственной русскому языку форме. В результате глагол содержит в полном виде фамилию знаменитой голливудской актрисы Николь Кидман.

Расширение компонентного состава и грамматическая трансформация глагола, изменившего время, прослеживаются в следующем заголовке: ***Острый язык до Киева довел** (заголовок). Пока еще действующий украинский президент Петр Порошенко в воскресенье оглушительно проиграл выборы Владимиру Зеленскому. Что ждет Украину и как сложатся взаимоотношения Киева и Москвы после смены власти?* (АиФ, 2019, № 17). (Ср.: «язык до Киева доведет»), которое означает возможность отыскать нужное место).

***Тачки** счет любят* (заголовок). *Сколько теперь стоят машины и каков их возраст* (КП, 17.01.2019 г.). Происходит изменение порядка следования компонентов высказывания и лексическая замена компонента прецедентного выражения «деньги любят счет».

*Только мы с конем по **площади** идем* (заголовок). *14 апреля в Кремле начнет 14-й сезон торжественный развод пеших и конных караулов* (КП, 12.04.2018 г.). «Выйду ночью в поле с конем...» – название популярной песни, впервые исполненной группой «Любэ» в 1994 г. Автор текста – Александр Шаганов. В ней есть строка «только мы с конем по полю идем...», которая пользуется чрезвычайной популярностью и у журналистов.

***Финальный бой** ведет ледовая дружина* (заголовок). *Начались съемки заключительного сезона хоккейной мелодрамы «Молодежка»* (КП, 12.04.2018 г.). Замена компонента также произошла и в этом заголовке – строка из известной песни «трус не играет в хоккей»: «суровый бой ведет ледовая дружина». Прилагательное «финальный» необходимо для указания на завершение транслируемого сериала.

*Друзь в игре не бросит* (заголовок). *Зрителей ждет решающий поединок весенней серии «Что? Где? Когда?»* (КП, 16.04.2018 г.). Прецедентный текст – слова из песни на стихи Михаила Пляцковского «Настоящий друг»: «Друг в беде не бросит, лишнего не спросит...».

*Без Друзя меня чуть-чуть* (заголовок). *Команда Виктора Сиднева проведет первую игру в клубе «Что? Где? Когда?» без своей главной звезды Александра Друзя* (КП, 23.05.2019 г.). Песня «Если с другом вышел в путь» была очень популярна в советское время, ее слова знал каждый школьник. Строка «без друзей меня чуть-чуть» получила в заголовке новую жизнь: речь о нашумевшем уходе Александра Друзя из команды знатоков и из игры в целом.

*Характеры бывают разные: синие, белые, красные...* (заголовок) (КП, 12.04.2018 г.). Песня группы «Отпетые мошенники» «Девушки бывают разные: черные, белые, красные...». Статья о том, что характер каждого человека имеет цвет (в психологии).

*Ну вы, блин, даете!* (заголовок). *Вся программа «Московской Масленицы» – это сплошной интерактив. Живое участие гостей предусмотрено не только в гастрономической части, но и развлекательной* (АиФ, 2019, № 10). Знаменитым одноименное выражение стало после того, как прозвучало из уст героя русского фильма «Особенности национальной охоты» как реакция удивления. В газетном дискурсе выражение используется без замен и трансформаций, но приобретает новый смысл. Слово «блин» не является здесь вводным, а обозначает главного героя описываемого события – русское традиционное блюдо, которое выпекают в Масленицу.

*Город от ума* (заголовок). *Что говорят жители столицы, переехавшие в новые дома по программе реновации* (АиФ, 2019, № 12). Казалось бы, этот заголовок не имеет ничего общего с грибоедовским названием пьесы. Однако замена компонента *горе* дает право автору сменить ракурс стереотипных мыслей читателя. «Отклонение от семантической нормы можно признать поиском такого языкового знака, который “отключает” в сознании адресата речи влияние стереотипных, а потому обычных и не вызывающих у него интереса рациональных координат оценки высказывания. В плоскости логики, задающей такие координаты и автоматически применяемой носителем языка при восприятии высказываний, фиксируется отступление от здравого смысла» [Колесникова, 2017].

**Клоп в помощь** (заголовок): «Сотрудниками» теплиц по выращиванию эконоmidоров являются насекомые-энтомофаги. И самый известный из них – клоп макролофус (АиФ, 2019, № 12). В данном прецедентном выражении аномальный характер высказывания обнаруживается на уровне нарушения смысловой связанности и непротиворечивости его элементов в рамках словосочетания. Толкование фразы «Бог в помощь» без труда находим в словаре: (устар. прост.) в речевом этикете пожелание кому-либо успеха в труде. В медийном тексте происходит суммирование взаимоисключающих понятий («клоп» и «помощь»), что естественным образом чувствуется читателем интуитивно, а значит заголовок задает определенное направление читателю в соответствии с целями автора. Таким образом, «привлекательный подзаголовок, требуя реинтерпретации в контекстуальных рамках, создает своеобразную смысловую “воронку” для читателя, так как желаемое тождество знака и смысла семантизируется в зигзагообразной структуре» [Колесникова, 2017].

Заголовок, реализуя стратегию коммуникативного сотрудничества с читателем, помогает преподнести необходимую информацию ярко, точно и убедительно. «Помогают добиться этого лексические элементы, представляющие неожиданную лексическую сочетаемость, например у заголовка, создающего интригу, появляется подзаголовок, который раскрывает, поясняет ситуацию» [Прохорова, 2012]: *Упал – очнулся в вытрезвителе* (заголовок). «Мир новостей» уже писал, что в недрах Госдумы готовится законопроект о возрождении системы вытрезвителей. И вот законопроект готов, в середине мая он внесен на рассмотрение (Мир новостей, 29.05.2019 г.). В данном тексте наблюдаем несколько трансформаций: расширение компонентного состава в виде добавления места действия, а также сокращение прецедентного выражения из советского кинофильма «Бриллиантовая рука»: «Шел. Подскользнулся. Упал. Закрытый перелом. Потерял сознание. Очнулся – гипс!»

Частотным явлением в текстах газетной публицистики являются рифмованные прецедентные заголовки. Приведем примеры: *Зима, холода, Баста, Навка, Лобода* (заголовок). *На съемках «Новогодней ночи на Первом канале» звезды пели, мерзли и танцевали с астронавтами* (КП, 28.12.2018 г.). В песне «Зима – холода», которую исполнял Андрей Губин, есть строки «зима, холода, одинокие дома».

*Танцуем, колдуем, вопросы тасуем* (заголовок). Зрителей ждут финалы нескольких популярных проектов. За стол со знато-

ками «Что? Где? Когда?» сядут не только задающие вопросы телезрители, но и ведущий Борис Крюк (КП. 21.12.2018).

*Все переженился, родная!* (заголовок). Новая мелодрама «Родная кровь» расскажет о непростой судьбе блондинки Вероники (КП, 14.12.2018 г.). Известная фраза из песни «Упала шляпа» – «Все перемелется, родная».

## Заключение

Итак, частотность использования цитат в газетных заголовках очевидна. «Прецедентные тексты, функционируя в газетном дискурсе, могут подвергаться разным трансформациям. Трансформированные прецедентные тексты делают газетный заголовок прагматически интенсивным: такой заголовок эмоционально воздействует, выражает оценку, поддерживает контакт с читателем» [Киселева, 2017]. Как показали наблюдения, заголовок, содержащий цитату и ее трансформации, может создавать эффект образности, эмоциональности, оценочности, всегда привлекает внимание. Журналисты используют различные источники прецедентных текстов, чтобы создать более выразительные заголовки статей.

Проведенное нами исследование позволило сделать вывод, что чаще встречаются источники прецедентных текстов, которые узнаваемы большим числом читателей, находящихся на разных ступенях социальной лестницы. Медiateксты влияют на человека, двигаясь в сторону его «поглощения». «Гибко приспособиваясь к его запросам, тонко настраиваясь на движение его мысли и чувства, разнообразно вовлекая его в свою орбиту и вменяя себя ему в обязанность, они “надиктовывают” всё новые и новые правила конвертирования пространства, времени, дискурсов человека и его текстов в свои форматы» [Полонский, 2019].

Характер трансформации прецедентных текстов в заголовке обусловлен коммуникативной задачей автора полнее и ярче выразить свою мысль. Мы выделили следующие способы внедрения в медiateкст прецедентных феноменов: 1) без изменения своего состава, с сохранением исходного смысла; 2) трансформация с сохранением лексического состава; 3) трансформация смысла путем добавления ряда слов или изменения слов исходной цитаты; 4) интонационная трансформация с изменением интонации в конце высказывания, что вызывает определенные смысловые смещения.

В некоторых заголовках, относящих читателя к прецедентным выражениям или текстам, наблюдается сдвиг в передаче их культурно-специфического содержания. Этот процесс происходит в тех случаях, когда в сознании людей начинает формироваться новая картина, описывающая уже существующий феномен. Происходит насаждение нового смысла высказывания, которое подверглось изменению в заголовке, изменение «реального функционирующего в данный момент культурно значимого содержания имен / высказываний / текстов и характера включения последнего в речевую деятельность» [Панарина, 2018]. Полученные данные позволяют говорить о том, что в конкретном речевом действии прецедентность не реализуется.

Среди заголовков (прецедентных имен) обнаруживаем выражения, относящиеся к героям и событиям книг, фильмов, названиям литературных произведений. Лидирующую позицию занимают устойчивые сочетания слов, которые получают в газетных текстах новую трактовку, при этом журналисты выступают словотворцами. «Трансформация фразеологизмов в газетных заголовках помогает передать суть явления или события, основную идею, которую хотелось бы высказать автору, его отношение к чему-либо. Фразеологизмы в газетных заголовках, особенно в измененном виде, придают газетному тексту выразительность, заставляя увидеть в обыденной теме или ситуации новое, усиливают экспрессивность заголовка» [Шепелева, Хван, 2018].

## Список литературы

- Аргументы и факты. – Режим доступа: <http://www.aif.ru/> (Дата обращения: 02.03.2019 г.)
- Васильева Т.В. Когнитивно-функциональные аспекты заголовка (На материале современного американского рассказа): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2005. – 22 с.
- Дрога М.А., Халявина (Коробкова) Д.В. Составные наименования-заголовки в современной прессе // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2018. – № 2. – С. 88–91.
- Киселева Н.А., Жаркова Е.С. Прецедентные феномены в газетных СМИ малого и большого города // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2017. – № 1. – С. 88–90.
- Колесникова О.И. Нарушения семантической нормы в эстетикогенном дискурсе СМИ // Общество. Наука. Инновации (НПК-2017). – Киров: Вятский гос. ун-т, 2017. – С. 3408–3414.

- Комсомольская правда. – Режим доступа: <https://www.kp.ru/> (Дата обращения: 10.03.2019 г.)
- Костомаров В.Г., Бурвикова Н.Д. Как тексты становятся прецедентными // Русский язык за рубежом. – 1994. – № 1. – С. 73–76. – Режим доступа: [http://journal.pushkin.institute/archive/archive/1994/1\\_%28147%294508\\_%D0%9A%D0%B0%D0%BA\\_%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D1%8B\\_%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8F%D1%82%D1%81%D1%8F\\_%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%BC%D0%B8/stat1994-1-4508.pdf](http://journal.pushkin.institute/archive/archive/1994/1_%28147%294508_%D0%9A%D0%B0%D0%BA_%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D1%8B_%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8F%D1%82%D1%81%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%BC%D0%B8/stat1994-1-4508.pdf) (Дата обращения: 25.07.2019 г.)
- Ляшенко Е.С., Курмаева Н.П. Прецедентные высказывания в масс-медийном заголовке на спортивную тематику. – Режим доступа: <https://docplayer.ru/38246196-Udk-precedentnye-vyskazyvaniya-v-mass-mediynom-zagolovke-na-sportivnyu-tematiku.html> (Дата обращения 07.07.2018 г.)
- Мир новостей. – Режим доступа: <https://mirmov.ru/> (Дата обращения: 17.03.2019 г.)
- Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. – Екатеринбург, 2007. – 207 с. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics2/nakhimova-07a.htm> (Дата обращения 08.07.2018 г.)
- Панарина Н.С. Гештальтность восприятия как существенный параметр механизма вербальной репрезентации прецедентности // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия Гуманитарные науки. – 2018. – № 9 (801). – С. 194–205.
- Пищальникова В.А. Медiateкст как компонент дискурса СМИ: Сущность и функционирование // Современный дискурс-анализ. – 2018. – № 3–1 (20). – С. 184–187.
- Полонский А.В. Медийный текст как феномен современной культуры // Тексты нового века: материалы межрегионального круглого стола. – Орёл, 2019. – С. 31–34.
- Прохорова К.В. Заголовочный комплекс в медиатексте: особенности функционирования // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 238–246.
- Саблина М.В. Интертекстуальность заголовков современной российской прессы // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. – 2009. – № 2. – С. 94–100.
- Советский спорт. – Режим доступа: <https://www.sovsport.ru/> (Дата обращения: 23.03.2019 г.)
- Социокультурные и лингвопрагматические аспекты современных словообразовательных процессов: коллективная монография / под ред. Л.В. Рацибурской. – М.: Флинта, 2018. – 232 с.
- Фокина О.В. Источники интертекстуальных связей в средствах массовой информации (На примере современных газет): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2006. – 20 с.
- Черногрудова Е.П. Заголовки с прецедентными текстами в современной публицистике: На материале центральной, региональной и местной прессы: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2003. – 22 с.
- Шепелева Г.П., Хван М.С. Фразеологизмы в роли газетных заголовков (На материале «Вечернего Бишкека») // Вестник Кыргызско-Российского славянского университета. – 2018. – Т. 18, № 1. – С. 116–119.



## References

- Argumenty i fakty*. Retrieved from <http://www.aif.ru/>
- Vasil'eva, T.V. (2005). *Kognitivno-funkcional'nye aspekty zagolovka (N materiale sovremennogo amerikanskogo rasskaza)* (Unpublished Doctoral dissertation). Moscow.
- Droga, M.A., Haljavina (Korobkova), D.V. (2018). Sostavnye naimenovaniya-zagolovki v sovremennoj presse. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologija. Zhurnalistika*, 2, 88–91.
- Kiseleva, N.A., Zharkova, E.S. (2017). Precedentnye fenomeny v gazetnyh SMI malogo i bol'shogo goroda. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaja kommunikacija*, 1, 88–90.
- Kolesnikova, O.I. (2017). Narusheniya semanticheskoy normy v jestetikogenom diskurse SMI. In: *Obshchestvo. Nauka. Innovatsii (NGR-2017)* (pp. 3408–3414). Kirov, Vyatsky gos. universitet.
- Komsomol'skaja Pravda*. Retrieved from <https://www.kp.ru/>
- Kostomarov, V.G., Burvikova, N.D. (1994). Kak teksty stanovjatsja precedentnymi. *Russkij jazyk za rubezhom*, 1, 73–76. Retrieved from: [http://journal.pushkin.institute/archive/archive/1994/1\\_%28147%29/4508\\_%D0%9A%D0%B0%D0%BA\\_%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D1%8B\\_%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8F%D1%82%D1%81%D1%8F\\_%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%BC%D0%B8/stat1994-1-4508.pdf](http://journal.pushkin.institute/archive/archive/1994/1_%28147%29/4508_%D0%9A%D0%B0%D0%BA_%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D1%8B_%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8F%D1%82%D1%81%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%BC%D0%B8/stat1994-1-4508.pdf)
- Ljashenko, E.S., Kurmakaeva, N.P. Precedentnye vyskazyvaniya v mass-medijnom zagolovke na sportivnuju tematiku. Retrieved from <https://docplayer.ru/38246196-Udk-precedentnye-vyskazyvaniya-v-mass-mediynom-zagolovke-na-sportivnyu-tematiku.html>
- Mir novostej. Retrieved from <https://mirnov.ru/>
- Nahimova, E.A. (2007). Precedentnye imena v massovoj kommunikacii. Ekaterinburg. Retrieved from [www.philology.ru/linguistics2/nakhimova-07a.htm](http://www.philology.ru/linguistics2/nakhimova-07a.htm)
- Panarna, N.S. (2018). Geshtal'tnost' vosprijatija kak sushhestvennyj parametr mehanizma verbal'noj reprezentacii precedentnosti. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Seriya Gumanitarnye nauki*, 9(801), 194–205.
- Pishchal'nikova, V.A. (2018). Mediatekst kak komponent diskursa SMI: sushhnost' i funkcionirovanie. *Sovremennij diskurs-analiz*, 3–1(20), 184–187.
- Polonskij, A.V. Medijnyj tekst kak fenomen sovremennoj kul'tury. In: *Teksty novogo veka: materialy mezhregional'nogo kruglogo stola* (pp. 31–34). Orjol.
- Prohorova, K.V. (2012). Zagolovochnyj kompleks v mediatekste: osobennosti funkcionirovaniya. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya Filologija. Vostokovedenie. Zhurnalistika*, 1, 238–246.
- Sablina, M.V. (2009). Intertekstual'nost' zagolovkov sovremennoj rossijskoj pressy. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*, 2, 94–100.
- Sovetskij sport. Retrieved from <https://www.sovsport.ru/>
- Sociokul'turnye i lingvopragmaticheskie aspekty sovremennyh slovoobrazovatel'nyh processov: kollektivnaja monografija (2018). Raciburskaya, L.V. (Ed.). Moscow, Flinta.
- Fokina, O.V. (2016). *Istocniki intertekstual'nyh svyazej v sredstvah massovoj informacii (Na primere sovremennyh gazet)* (Unpublished Doctoral dissertation). Moscow.

- Chernogradova, E.P. (2003). *Zagolovki s precedentnymi tekstami v sovremennoj publicistike: na materiale central'noj, regional'noj i mestnoj pressy* (Unpublished Doctoral dissertation). Voronezh.
- Shepeleva, G.P., Hvan, M.S. (2018). Frazеologizmy v roli gazetnyh zagolovkov (na materiale «Vechnego Bishkeka»). *Vestnik Kyrgyzsko-Rossiyskogo slavyanskogo universiteta*, 18(1), 116–119.