

Д.І.Р
15467

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА
ФАКУЛЬТЕТ РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА ІСПАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

Дипломна робота
бакалавра (CD)

на тему: «Лексико-стилістичні засоби втілення категорії «соціальний престиж» в сучасних іспанських ЗМІ (сектор престижного споживання)»

«Lexical and stylistic devices in contemporary Spanish media to render the «public image» category (prestigious consumption sector)»

Виконала: студентка денної форми навчання
напряму підготовки 6.020303 Філологія
ГУЗЕНКО Крістіна Денисівна

Керівник: к.філол.н., доцент Подгуренко А.В.

Рецензент: к.філол.н., доцент Весна Т.В.

Рекомендовано до захисту:
Протокол засідання кафедри
№ 22 від травня 2017 р.
Завідувач кафедри
Гринько Л. В.

Захищено на засіданні ЕК № 5
протокол № 1 від 16.06. 2017 р.
Оцінка відмінно / А 195
(за національною шкалою, шкалою ECTS, бали)

Голова ЕК Марінашвілі М. Д.

Одеса – 2017

429465

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I: Загальна характеристика засобів масової інформації та їх особливості	5
1.1. Медіалінгвістика: вивчення особливостей мови ЗМІ.....	6
1.2. Тематичний нарис та рекламний текст як основні жанри статей у журналах сектору престижного попиту.....	10
РОЗДІЛ II: Теорія соціального престижу	14
РОЗДІЛ III: «Соціальний престиж» у іспанській пресі.....	16
3.1. Сфери втілення поняття «соціальний престиж».....	16
3.2. Особливості втілення поняття «престиж» у сфері товарів особливого попиту в іспанській пресі.	21
3.2.1. Дослідження онлайн-видань.....	22
3.2.2. Дослідження паперових видань	30
ВИСНОВКИ.....	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	45
ДОДАТКИ.....	53

ВСТУП

Будучи основою системи масової комунікації, ЗМІ визначає її характер, виступає рушійною силою для впливу на суспільство та формування суспільної думки. Соціальний престиж, будучи одним із засобів оцінки навколишнього світу, є інструментом цієї рушійної сили.

У сучасному розумінні “престиж”, здається, втратив своє початкове значення. Під престижем розуміється поняття слави, популярності, успіху, авторитету. Але якщо повернутися до його етимону, латинського “*praestigium*”, що означає “омана, ілюзія”, можна поглянути на цей термін трошки ширше – “престиж” – це ілюзорний успіх, ілюзорна слава. Таким чином стає зрозумілим, що початковий сенс не втрачається – він стоїть тінню за загальновідомим розумінням. Соціальний престиж – це те, чого потребує суспільство для того, щоб прагнути до чогось більшого, кращого. Це слово поєднало у собі безліч уявлень, які грають велику роль у мотивації людей, впливають на те, що люди будуть обирати собі за мету.

У великій мірі цей вплив здійснюють ЗМІ. Сектор престижних товарів у пресі покликаний для того, щоб спрямовувати людей до певних речей, які вважаються “престижними”. Та, як не парадоксально, у журналах, основна ціль яких – рекламувати такі товари, продаються не стільки матеріальні блага, скільки ілюзорні – відчуття вишуканості, індивідуальності, розкоші. Саме наявністю такого неоднозначного впливу поняття “соціального престижу” на вибір товарів особливого попиту зумовлений мій вибір *теми дослідження*, а саме “Концепт “соціальний престиж” у іспанських ЗМІ сектору престижного споживання”, та цим же пояснюється *актуальність виконаного дослідження* – адже вираження цього поняття має суттєвий вплив на сприйняття людей тих чи інших товарів та послуг.

Теоретико-методологічну основу роботи становлять дослідження з теорії питання: праці М. Бартела [1], А. Данилової [12] та І. Панаріна [14] з теорії ЗМІ, а також енциклопедична стаття УСЕ [15], роботи з медіалінгвістики Т. Добросклонської [13] та Д. Метісона [7], та дослідження

Б. Геннессі у сфері написання публіцистичних текстів [5], статті про природу соціального престижу з етимологічних сайтів-словників [3], [4], а також статті Дж. Боусека [2], П. Хіменеса [6], Б. Вутон [9] В. Шляпентоха [10] та С. Флоринської [16]. Також був використаний посібник Н. Вахтіна та Є. Головка [11] стосовно питання соціолінгвістики.

У дослідженні були використані методи контекстуально-інтерпретаційного та функціонального аналізу.

Отже, *об'єктом* даного дослідження є іспанська преса сектору престижного попиту.

Предметом дослідження є відтворення поняття “соціального престижу” у цій пресі.

Досягнення поставленої мети вимагає вирішення конкретних завдань, а саме:

- дослідити рамки поняття засобів масової інформації та визначити їх функції;
- визначити лексико-стилістичні методи втілення такої функції ЗМІ, як вплив на формування суспільної думки;
- визначити рамки поняття “соціального престижу”;
- дослідити поняття “товарів особливого попиту” та вираження концепту “престижності” у статтях про товари цього типу.

Структура роботи обумовлена її метою та завданнями. Робота складається зі вступу, трьох розділів, чотирьох підрозділів, один з яких має дві частини, загальних висновків та списку використаних джерел. У перших двох розділах подаються теоретичні передумови дослідження, що стосуються поняття та функцій ЗМІ, лексико-стилістичних способів впливу ЗМІ на суспільство та поняття “соціального престижу”. У наступних розділах досліджується преса іспанських ЗМІ сектору особливого споживання, а саме втілення у ній поняття “соціального престижу”: визначені основні особливості та поданий їх аналіз. Список використаних джерел складається з 72 позицій.

ВИСНОВКИ

Отже у роботі ми ознайомилися із поняттям та особливостями засобів масової інформації та шляхами, якими ЗМІ впливають на формування суспільної думки. Також була опрацьована така галузь лінгвістики, як «медіалінгвістика» та жанри медіатексту, які стосувались наших статей: тематичний нарис (публіцистичний текст) та рекламний текст.

Було досліджено поняття “соціального престижу” та його втілення у іспанських ЗМІ. Ми виявили, що концепт “престижності” у пресі сектору особливого попиту виражається рядом лексико-стилістичних особливостей. Основними з них постають: 1) наявність сталого лексичного блоку; 2) використання іншомовних запозичень; 3) конотативні конструкції, які виражають певні ідеї, пов’язані з престижністю; 4) вживання засобів художньої виразності; 5) згадування у зв’язку з предметом статті відомих та популярних персоналій. Перша особливість знаходить себе у тому, що у пресі сектора престижного споживання існує ряд найбільш вживаних слів, які складають семантичне ядро сектору. До основних найбільш вживаних у інтернет-виданнях слів відносяться: *más* (зустрічається у середньому 2,2 рази за статтю), *lujo*, *luxury* (1,63), *diseñar*, *diseño* (1,5), *joya*, *joyería* (1,2), *alto* (1,13), *nuevo* (1,13), *diamante* (1,1), *gran*, *grande* (1,1). У друкованих виданнях найбільш вживаними словами виявилися: *más* (1,42), *nuevo* (1), *diseño* (0,67), *gran* (0,63), *mejor* (0,53), *alto* (0,51).

Було з’ясовано, що у друкованих журналах, на відміну від інтерактивних, менше уваги приділяється ключовим словам та перевага віддається застосуванню конотативних конструкцій, які втілюють ідеї пов’язані з соціальною престижністю. З проаналізованого матеріалу були виявлені такі конотації: 1) індивідуальність; 2) ексклюзивність; 3) гідність найкращого; 4) розкіш, велич; 5) привабливість; 6) першенство, влада; 7) центр уваги; 8) зроблене руками, ручна робота; 9) висока якість та репутація продукта або послуги.

Спільним у виданнях обох типів виявилось активне використання слів іншомовного походження. У статтях про престижні товари активно замінюються слова власної, іспанської, мови на слова англійської, італійської, французької тощо мов. Основною метою запозичень є забарвлення статей певним чином – придання “престижності”, “вишуканості”. Також цей прийом може використовуватися для того, щоб показати країну, яка виготовила виріб: запозичення з французької у статтях про паризькі дома моди, з англійської – у статтях про стилізовані ресторани або певні алкогольні напої тощо. Цим пояснюється друга особливість втілення поняття “соціального престижу”.

Наступна особливість – вживання засобів художньої виразності – застосовується, перш за все, для надання тексту витонченості, художності. Але у контексті втілення поняття престижності цей прийом використовується із метою художньо-естетичного впливу на читача, посилення впливу конотативних конструкцій та більшого занурення у атмосферу, яку створює автор.

Для посилення ідеї престижності автори статей сектору особливого попиту у своїх роботах згадують імена відомих людей у зв’язку з предметами текстів. Ця особливість пояснюється тим, що читач звичайно асоціює себе із знаменитістю, якщо має щось спільне із нею (наприклад, відвідування одного й того самого ресторану).

Також важливою особливістю постає візуалізація статей. Наявність великої кількості зображень виділяє групу статей про товари престижного попиту серед інших, адже тут візуальна складова має не лише рекламну функцію (швидке сприйняття та запам’ятовування), а також практичну: товари особливого попиту потребують ретельного вибору та детального ознайомлення, і саме це може надати велика кількість зображень.

Способи втілення поняття “престижності” обумовлені метою ЗМІ – впливом на суспільство. У цьому і полягає актуальність теми розглянутої роботи – у методах, якими спонукають читачів придбавати престижні товари.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Barthel M. Newspapers Fact Sheet. State of the News Media 2015 [Електронний ресурс] / Michael Barthel // Pew Research Center. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.journalism.org/files/2015/04/FINAL-STATE-OF-THE-NEWS-MEDIA1.pdf>.
2. Boucek Joseph S. La sociologia del prestigio [Електронний ресурс] / J. S. Boucek. – Режим доступу: <http://qps.ru/ZEdKA>
3. Definición de prestigio [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://definicion.de/prestigio/>
4. Etimología de prestigio [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://etimologias.dechile.net/?prestigio>
5. Hennessy B. Writing Feature Articles. Fourth edition [Електронний ресурс] / B. Hennessy – London: Focal Press, Elsevier. – 2006. – Режим доступу: http://southernwriters.homestead.com/files/Writing_Feature_Articles.pdf
6. Jimenez Plácido Guardiola. El prestigio social de la FP [Електронний ресурс] / P. G. Jimenez – Universidad de Murcia. – Режим доступу: http://www.um.es/docencia/pguardio/publica/Art_nfp.pdf
7. Matheson D. Media discourses: Analizing media texts [Електронний ресурс] / D. Matheson – London: Open University Press. – 2005. – Режим доступу: <https://goo.gl/Nxvk60>
8. Weston M. How to Do Research: In the Library and Beyond. A Guide for Students [Електронний ресурс] / M. Weston - New York: Fashion Institute of Technology – 2004. – Режим доступу: <http://fitnyc.libguides.com/c.php?g=66297&p=427490>
9. Wootton Barbara. Selected Writings [Електронний ресурс] /B. Wootton, ed.: V. G. Seal, P. Bean. – London: Macmillan. – 1992. – Режим доступу: <http://qps.ru/dTtFL>
10. Большая Советская Энциклопедия: Социальный престиж [Електронний ресурс]; под ред. В. Э. Шляпентоха. – Москва: Советская Энциклопедия. –

- 1969-1978. – Режим доступу:
<http://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/134799/Социальный>
11. Вахтин Н. Б., Головкин Е. В. Социолінгвістика і соціологія мови: навчальний посібник [Електронний ресурс] / Н. Б. Вахтин, Е. В. Головкин – Санкт-Петербург: ІЦ “Гуманітарна Академія”. – 2004. – Режим доступу: <http://window.edu.ru/resource/466/38466>
12. Данилова А. А. Маніпулювання словом в засобах масової інформації. Друге видання [Електронний ресурс] / А. А. Данилова – Москва: “Добросвіт”, “Видавництво КДУ”. – 2011. Режим доступу: <http://padaread.com/?book=41604>
13. Добросклонська Т. Г. Медіалінгвістика: системний підхід до вивчення мови ЗМІ. Курс лекцій [Електронний ресурс] / Т. Г. Добросклонська – Москва – 2008. – Режим доступу: <http://www.ffl.msu.ru/research/publications/dobrosklonskaya/dobrosklonskaya-medialingvistika.pdf>
14. Панарин І. Н. ЗМІ, пропаганда і інформаційні війни [Електронний ресурс] / І. Н. Панарин – Москва. – 2012. – Режим доступу: <http://www.x-libri.ru/elib/panrn001/00000001.htm>
15. Універсальний Словник-Енциклопедія: Засоби Масової Інформації [Електронний ресурс]; під ред. М. Поповича. – Львів: ТЕКА. – 2006. – Режим доступу: <http://slovopedia.org.ua/29/53399/11488.html>
16. Флоринська С. А. Соціальний престиж як механізм регулятивної культури [Електронний ресурс] / С. Флоринська // Сервіс plus. – 2008. – №3. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyu-prestizh-kak-mehanizm-regulyativnoy-kultury>

Досліджувані тексти

17. 20 de los actores negros más famosos de Hollywood [Електронний ресурс] // Moda a Topo. – 2016. – 16 Oct – Режим доступу: <http://www.modaatopo.com/actores-negros-hollywood/>

18. Actores y actrices famosos [Электронный ресурс] // actricesyactoresfamosos.blogspot.com. – 2011. – 16 de mayo. – Режим доступа: <http://actricesyactoresfamosos.blogspot.com/2011/05/los-10-actores-y-actrices-mas-famosos.html>
19. Arjona A. En hora buena [Электронный ресурс] / Ana Arjona // GQ España. – 2016. – Noviembre №226. – С. 106. – Режим доступа: локальный
20. Aspiazu M. Te querrás quedar a vivir [Электронный ресурс] / Marcos Aspiazu // GQ España. – 2017. – Enero №228. – С. 57. – Режим доступа: локальный
21. Bajo M. Largo y blanco [Электронный ресурс] / Marta Bajo // Vogue España. – 2016. – Diciembre. – С. 70. – Режим доступа: локальный
22. Bajo M. Las medias que te suben el look [Электронный ресурс] / Marta Bajo // Vogue España. – 2016. – Noviembre. – С. 74. – Режим доступа: локальный
23. Bajo M. Vestir la noche [Электронный ресурс] / Marta Bajo // Vogue España. – 2016. – Diciembre. – С. 67. – Режим доступа: локальный
24. Borrás D. Un mes de moda en noticias [Электронный ресурс] / Danial Borrás // Vogue España. – 2016. – Noviembre. – С. 274. – Режим доступа: локальный
25. Bowles H. Gourmets sin fronteras [Электронный ресурс] / Hamish Bowles // Vogue España. – 2016. – Noviembre. – С. 256-258. – Режим доступа: локальный
26. Cafran A. Los 10 actores más ricos del mundo [Электронный ресурс] / Alexandra Cafran // Cultura Colectiva. – 2015. – abril 26. – Режим доступа: <http://culturacolectiva.com/los-10-actores-mas-ricos-del-mundo/>
27. Calvo T. Top 10 mejores festivales del mundo (Parte I) [Электронный ресурс] / Teresa Calvo // Turismo Online. – 2010. – 10 Septiembre. – Режим доступа: <http://turismoonline.com/eventos/festivales-del-mundo>
28. Champagne Bollinger presenta un objeto único de coleccionista, con motivo del estreno de SPECTRE 007 [Электронный ресурс] // Mundo de Lujos. – 2012. – Режим доступа: <http://www.mundodelujos.com/champagne-bollinger->

- presenta-un-objeto-unico-de-coleccionista-con-motivo-del-estreno-de-spectre-007/
- 29.Cossío D. Los mejores 27 festivales alrededor del mundo [Электронный ресурс] / Daniel Cossío // Cultura Colectiva. – 2015. – febrero 14. – Режим доступа: <http://culturacolectiva.com/los-mejores-27-festivales-alrededor-del-mundo/>
- 30.Daniel A. Las 17 celebraciones y fiestas más grandes del mundo [Электронный ресурс] / A. Daniel // Recreo Viral. – 2011. – 18.02. – Режим доступа: <https://www.recreoviral.com/lugares/celebraciones-fiestas-mas-grandes-mundo/>
- 31.El alquiler vacacional más caro de los Hamptons [Электронный ресурс] // Mundo de Lujos. – 2013. – Режим доступа: <http://www.mundodelujos.com/el-alquiler-vacacional-mas-caro-de-los-hamptons/>
- 32.Fernández R. Un salto más [Электронный ресурс] / Rosario Fernández // GQ España. – 2017. – Enero №228. – С. 173. – Режим доступа: локальный
- 33.Galindo A. Arcadia 115 Tortoise [Электронный ресурс] / Alfonso Galindo // Vida Premium. – 2016. – 14 marzo. – Режим доступа: <http://www.vidapremium.com/arcadia-115-tortoise-1388.htm#5>
- 34.Galindo A. Embraer Phenom [Электронный ресурс] / Alfonso Galindo // Vida Premium. – 2015. – 20 marzo. – Режим доступа: <http://www.vidapremium.com/embraer-phenom-300-553.htm#8>
- 35.García C. You Rock! [Электронный ресурс] / Chabela García // Vogue España. – 2016. – Diciembre. – С. 120-123. – Режим доступа: локальный
- 36.Gastronomía navideña en Hotel Arts [Электронный ресурс] // Vida Premium. – 2014. – 8 diciembre. – Режим доступа: <http://www.vidapremium.com/gastronomia-navidena-en-hotel-arts-149.htm#3>
- 37.Gracia A. Aires muy ‘British’ [Электронный ресурс] / Alejandra Gracia // GQ España. – 2017. – Enero №228. – С. 71. – Режим доступа: локальный
- 38.Greenburg O’Malley Z. Los músicos mejor pagados del mundo en 2015 [Электронный ресурс] / Zack O’Malley Greenburg // Forbes México. – 2015.

- Diciembre, 11. – Режим доступа: <https://www.forbes.com.mx/los-musicos-mejor-pagados-del-mundo-en-2015/>
39. Gutierrez M. J. Las carreras universitarias más reconocidas [Электронный ресурс] / M. J. Gutierrez // Cosas de Educación. – 2016. – febrero 15. – Режим доступа: <https://www.cosasdeeducacion.es/las-carreras-universitarias-mas-reconocidas/>
40. Howard C. Las 25 personas más poderosas del mundo en 2014 [Электронный ресурс] / Caroline Howard // Forbes. – 2014. – Noviembre, 9. – Режим доступа: <https://www.forbes.com.mx/las-25-personas-mas-poderosas-del-mundo-en-2014/>
41. Ivorra A. Año nuevo, mesas nuevas [Электронный ресурс] / Antonio Ivorra // GQ España. – 2017. – Enero №228. – С. 118. – Режим доступа: локальный
42. Ivorra A. Nuevas delicias [Электронный ресурс] / Antonio Ivorra // GQ España. – 2017. – Enero №228. – С. 120. – Режим доступа: локальный
43. Izquierdo J. ¿Qué tipo de gentleman eres? [Электронный ресурс] / Jorge Izquierdo // GQ España. – 2016. – Noviembre №226. – С. 221-222. – Режим доступа: локальный
44. Lanchares C. Cool [Электронный ресурс] / Carmen Lanchares // Vogue España. – 2016. – Noviembre. – С. 146. – Режим доступа: локальный
45. Lanchares C. Sexy [Электронный ресурс] / Carmen Lanchares // Vogue España. – 2016. – Noviembre. – С. 148. – Режим доступа: локальный
46. Las 20 carreras con mayor futuro laboral [Электронный ресурс] // Universia España. – 2014. – 12 de febrero. – Режим доступа: <http://noticias.universia.es/practicas-empleo/noticia/2014/02/12/1081179/20-carreras-mayor-futuro-laboral.html>
47. Leyra P. Pide un deseo [Электронный ресурс] / Paloma Leyra // GQ España. – 2017. – Enero №228. – С. 109. – Режим доступа: локальный
48. Los 10 festivales de música mas grandes del mundo [Электронный ресурс] // Taringa. – 2013. – Режим доступа:

- <http://www.taringa.net/posts/info/16299339/Los-10-festivales-de-musica-mas-grandes-del-mundo.html>
49. Los 19 festivales más espectaculares del mundo ¿Te los vas a perder? [Електронний ресурс] // Viralistas. – 2014. – 8 Abr. – Режим доступу: <http://www.viralistas.com/festivales-mas-espectaculares-del-mundo/>
50. Marro I. AD + Diseño [Електронний ресурс] / Itziar Marro // AD España. – 2017. – Marzo №122. – С. 327-336. – Режим доступу: локальний
51. Martin C. Chopard en la Alta Costura de París [Електронний ресурс] / Cristina Martins // the Luxury Trends. – 2016. – 29 January. – Режим доступу: <http://www.theluxurytrends.com/chopard-en-la-alta-costura-de-paris/>
52. Martins M. Energía en vena [Електронний ресурс] / María Martins // Vogue España. – 2016. – Diciembre. – С. 172. – Режим доступу: локальний
53. Martins M. Lista para la fiesta [Електронний ресурс] / María Martins // Vogue España. – 2016. – Diciembre. – С. 174. – Режим доступу: локальний
54. Merlo E. Terreno Fértil [Електронний ресурс] / Eduardo Merlo // AD España. – 2017. – Marzo №122. – С. 80. – Режим доступу: локальний
55. Moral C. Nacido para dominar [Електронний ресурс] / Carlos Moral // GQ España. – 2017. – Enero №228. – С. 166-168. – Режим доступу: локальний
56. Palomares H. Nuevo amanecer para el lujo [Електронний ресурс] / Héctor Palomares // GQ España. – 2016. – Noviembre №226. – С. 207-209. – Режим доступу: локальний
57. Pastor E. Vienen de París [Електронний ресурс] / Enric Pastor // AD España. – 2017. – Marzo №122. – С. 66-68. – Режим доступу: локальний
58. Porsche.... El nuevo 911 Turbo [Електронний ресурс] // Mundo de Lujos. – 2013. – Режим доступу: <http://www.mundodelujos.com/porsche-el-nuevo-911-turbo/>
59. Prados J. A. Cafeteras de lujo Elektra [Електронний ресурс] / José A. Prados // Vida Premium. – 2016. – 7 marzo. – Режим доступу: <http://www.vidapremium.com/cafeteras-de-lujo-elektra-1363.htm#1>

60. Prados J. A. Haig Club [Электронный ресурс] / José A. Prados // Vida Premium. – 2016. – 28 febrero. – Режим доступа: <http://www.vidapremium.com/haig-club-1334.htm#1>
61. Puros Cubata. Exclusivos y rodeados de oro [Электронный ресурс] // Mundo de Lujos. – 2013. – Режим доступа: <http://www.mundodelujos.com/puros-cubata-exclusivos-y-rodeados-de-oro/>
62. Saiz G. Sociedad limitada [Электронный ресурс] / Germán Saiz // AD España. – 2017. – Enero №120. – С. 89-90. – Режим доступа: локальный
63. Scharlau, inteligencia artesanal [Электронный ресурс] // the Luxury Trends. – 2015. – 22 August. – Режим доступа: <http://www.theluxurytrends.com/scharlau-inteligencia-artesanal/>
64. Serrano A. Favoritos [Электронный ресурс] / Aarón Serrano // AD España. – 2017. – Enero №120. – С. 22-24. – Режим доступа: локальный
65. Set de cóctel Rolls Royce, la combinación perfecta de lujo y exclusividad [Электронный ресурс] // the Luxury Trends. – 2016. – 8 January. – Режим доступа: <http://www.theluxurytrends.com/set-de-coctel-rolls-royce-la-combinacion-perfecta-de-lujo-y-exclusividad/>
66. Torrecillas T. Manual de oficios [Электронный ресурс] / Toni Torrecillas // AD España. – 2017. – Marzo №122. – С. 52-58. – Режим доступа: локальный
67. Torrecillas T. Menos es más [Электронный ресурс] / Toni Torrecillas // AD España. – 2017. – Marzo №122. – С. 164-168. – Режим доступа: локальный
68. Vasco A. Los diez cantantes más ricos del mundo [Электронный ресурс] / A. Vasco // ABC. – 2014. – 28/07 – Режим доступа: http://www.abc.es/cultura/musica/20140728/abci-cantantes-ricos-mundo-201407231029_10.html
69. Vasel K. Los 10 artistas discográficos más ricos del mundo [Электронный ресурс] / Kathryn Vasel // CNN Español. – 2014. – 2 diciembre – Режим доступа: <http://cnnespanol.cnn.com/2014/12/02/los-10-artistas-discograficos-mas-ricos-en-el-mundo/>

70. Xóchitl A. Los más poderosos del mundo [Электронный ресурс] / Austria Xóchitl // Altonivel. – 2010. – 30.03. – Режим доступа: <http://www.altonivel.com.mx/los-mas-poderosos-del-mundo/>
71. Zárate V. Gran Señora [Электронный ресурс] / Victoria Zárate // AD España. – 2017. – Marzo №122. – С. 288-296. – Режим доступа: локальный
72. Zupizarreta F., Leyra P. Exquisiteces varias [Электронный ресурс] / F. Zupizaterra, P. Leyra // GQ España. – 2016. – Noviembre №226. – С. 120-121. – Режим доступа: локальный