

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации
Направление подготовки 45.03.02 Лингвистика
Профиль: Перевод и переводоведение

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И. о. зав. кафедрой
_____ Т.Ю. Ма
«__» _____ 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Шекспиризмы в статьях электронной версии газеты «The Guardian» (на материале публикаций 2009-2016 гг.)

Исполнитель
студент группы 235-об _____ А.Д. Никишаева

Руководитель
профессор, д. филол. наук, _____ Т.Ю. Ма

Нормоконтроль
доцент, канд. филол. наук _____ Е.Ю. Баженова

Благовещенск 2016

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений

Кафедра перевода и межкультурной коммуникации

УТВЕРЖДАЮ

И. о. зав.кафедрой

_____ Т. Ю. Ма

подпись

« _____ » _____ 2016 г.

З А Д А Н И Е

К выпускной квалификационной работе студента _____

1. Тема выпускной квалификационной работы : _____

(утверждена приказом от _____ № _____)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта): _____

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе : _____

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке во-просов): _____

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, про-граммных продуктов, иллюстративного материала и т.п.)

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разде-лов): _____

7. Дата выдачи задания _____

Руководитель выпускной квалификационной работы _____

(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): _____

(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 52 страницы, 49 использованных источников, 2 таблицы.

КОГНИТИВНАЯ БАЗА, ПРЕЦЕДЕНТНОЕ ВЫСКАЗЫВАНИЕ, ПРЕЦЕДЕНТНАЯ СИТУАЦИЯ, ПРЕЦЕДЕНТНЫЙ ТЕКСТ, АВТОПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ, СОЦИУМНО-ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ, НАЦИОНАЛЬНО-ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ, УНИВЕРСАЛЬНО-ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ, ИНТЕРТЕКСТ, ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ, ФРАЗЕОЛОГИЯ, ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКАЯ ЕДИНИЦА

Прецедентные феномены входят в коллективные фоновые знания лингвокультурного сообщества и являются существенным элементом культурной грамотности языковой личности. Изучение мира носителей языка направлено на то, чтобы помочь понять особенности речепотребления, дополнительные смысловые нагрузки, политические, культурные, исторические и тому подобные коннотации данных единиц языка и речи. Именно поэтому знание прецедентов так важно для межкультурной коммуникации. В ходе данного исследования были выявлены особенности использования шекспиризмов в статьях, опубликованных в период с 2009 по 2016 год в газете «The Guardian».

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1 Теоретические основы исследования прецедентности в лингвистике	7
1.1 Понятие прецедентности	7
1.2 Виды и уровни прецедентных феноменов	10
1.3 Источники и функции прецедентных феноменов	14
1.4 Фразеологические единицы и прецедентные феномены	16
2 Шекспиризмы в материалах газеты «The Guardian»	18
2.1 СМИ как глобальный культурный контекст	18
2.2 Интертекстуальность и прецедентность в медиадискурсе	21
2.3 Прецедентные феномены в материалах газеты «The Guardian»	24
Заключение	45
Библиографический список	46

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

КБ – когнитивная база

ЛКС – лингвокультурное сообщество

ПФ – прецедентный феномен

ПВ – прецедентное высказывание

ПИ – прецедентное имя

ПС – прецедентная ситуация

ПТ – прецедентный текст

СМИ – средства массовой информации

ФЕ – фразеологическая единица

ВВЕДЕНИЕ

Данная работа посвящена изучению особенностей использования шекспиризов в материалах электронной версии газеты «The Guardian».

Изучение прецедентных феноменов представляется весьма важным, так как знание универсальных и национально-прецедентных феноменов является показателем принадлежности к данной эпохе и к культуре страны изучаемого языка; прецедентные феномены входят в коллективные фоновые знания лингвокультурного сообщества и являются существенным элементом культурной грамотности языковой личности. В современной газетной коммуникации прецедентные феномены несут в себе культурные, исторические, этнические и научные знания о мире и их знание необходимо специалисту по межкультурной коммуникации.

Целью работы стало изучение особенностей использования шекспиризов в материалах электронной версии газеты «The Guardian», которые были опубликованы в период с 2009 по 2016 год.

Достижение цели исследования предполагало решение следующего ряда задач:

- 1) обзор литературы, посвященной проблеме прецедентности в лингвистике и межкультурной коммуникации; описание выделяемых учеными видов, уровней, функций и источников прецедентных феноменов;
- 2) краткий обзор работ, посвященных языку СМИ;
- 3) анализ практического материала с целью выявления шекспиризов в статьях электронной версии газеты «The Guardian», датируемых 2009-2016 г.;
- 4) определение функций прецедентных феноменов.

Для решения поставленных задач были использованы следующие методы работы с материалом: контекстуальный анализ, метод сплошной и случайной выборки, метод количественных подсчетов, интерпретационный метод, анализ словарных дефиниций.

Объектом исследования в работе являются шексперизмы. Предметом – особенности использования шекспиризов в материалах статей электронной версии газеты «The Guardian».

Материалом исследования послужили заголовки и тексты статей, полученные методом сплошной и методом случайной выборки в электронной версии газеты «The Guardian». Общий объем материала исследования составил 1000 статей.

Актуальность проведенного исследования обусловлена необходимостью дальнейшего всестороннего изучения феномена прецедентности и выявления специфики употребления прецедентных феноменов в дискурсе электронных СМИ. Использование прецедентных феноменов играет существенную роль в формировании такого отношения, поэтому представляется важным умение распознавать прецедентные феномены в тексте и определять их роль в рамках информационного сообщения.

Новизна работы определяется выбором объекта и материала исследования. Заголовки и тексты статей газеты «The Guardian» ранее не рассматривались с точки зрения использования в них шекспиризов.

Теоретическая значимость работы заключается в систематизации материала по теме прецедентности, обобщении существующих подходов к определению и классификации прецедентных феноменов как знаков особой, лингвокультурологической реальности.

Теоретической базой исследования послужили работы таких ученых как Ю. Н. Караулов, В.В. Красных, Д.Б. Гудков, А.В. Захаренко и др.

Результаты проведенного исследования могут быть использованы в практике преподавания английского языка, в курсах «Введение в теорию межкультурной коммуникации» и «Лингвострановедение».

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка используемой литературы.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ В ЛИНГВИСТИКЕ

1.1 Понятие прецедентности

Термин «прецедентный текст» был впервые введён в научную практику Ю.Н. Карауловым в 1987 году. В своей работе исследователь даёт следующее определение прецедентных текстов: «тексты, (1) значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, (2) имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, (3) обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности»¹.

Ю.Н. Карауловым была предложена структура языковой личности, которая состоит из трех уровней: 1) вербально-семантического, предполагающего для носителя нормальное владение естественным языком, а для исследователя – традиционное описание формальных средств выражения определенных значений; 2) когнитивного, единицами которого являются понятия, идеи, концепты, складывающиеся у каждой языковой индивидуальности в более или менее упорядоченную, более или менее систематизированную «картину мира», отражающего иерархию ценностей. Когнитивный уровень устройства языковой личности и ее анализа предполагает расширение значения и переход к знаниям, а значит, охватывает интеллектуальную сферу личности, давая исследователю выход через язык, через процессы говорения и понимания – к знанию, сознанию, процессам познания человека; 3) прагматического, включающего цели, мотивы, интересы, установки и интенциональности. Этот уровень обеспечивает в анализе языковой личности закономерный и обусловленный переход от оценок ее речевой деятельности к осмыслению реально деятельности в мире².

¹ Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 2007. С. 216.

² Там же. С. 5.

Прецедентные тексты функционируют на когнитивном уровне языковой личности. Когнитивный уровень – это «уровень, на котором происходит актуализация и идентификация всех знаний и представлений, присущих социуму (языковой личности) и создающих коллективное и (или) индивидуальное когнитивное пространство. Этот уровень предполагает отражение языковой модели мира личности, ее тезауруса, культуры»³.

Важной особенностью прецедентных текстов является то, что они могут быть реинтерпретированы, причем не только в рамках лингвокультурного сообщества, в котором создается тот или иной текст, но и в других языках и культурах, если в оригинальном или «переводном» варианте они входят в когнитивную базу другого сообщества, в других видах искусства и науки. «Хрестоматийность и общеизвестность прецедентных текстов обуславливают и такое их свойство, как реинтерпретируемость: как правило, они перешагивают рамки словесного искусства, где исконно возникли, воплощаясь в других видах искусств (драматическом спектакле, поэзии, опере, балете, живописи, скульптуре) становясь тем самым фактом культуры в широком смысле слова и получая интерпретацию у новых и новых поколений»⁴.

Прежде, чем перейти к описанию некоторых особенностей прецедентных текстов, важных для понимания их роли в процессах восприятия и понимания национальной модели мира, уточним, что понятие «прецедентный текст», которое было введено в науку Ю. Н. Карауловым в 1986 году, сегодня используется учеными как вид прецедентного феномена. Прецедентные феномены (далее также ПФ) – текст, высказывание, имя и ситуация – это виды феноменов прецедентного характера, которые дифференцируют вербальные и поддающиеся вербализации ПФ, что позволяет разграничить понятия «текст» как любое произведение художественного творчества и «прецедентный текст» как речевое произведение.

³Маслова В.А. Лингвокультурология. М., 2001. С. 28.

⁴Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. С. 217.

Обратимся к некоторым определениям ПФ, которые стали общепринятыми в теории прецедентности и которые раскрывают функциональные и структурные характеристики данных единиц языка и культуры.

Как указывает Д.Б. Гудков, прецедентные феномены являются «основными (ядерными) элементами когнитивной базы (КБ)» – определенным образом структурированной совокупности знаний, «которыми обладают все представители того или иного лингвокультурного сообщества»⁵.

Под прецедентными феноменами Е.А. Нахимова понимает важнейшую часть национальной культуры в ее историческом развитии, тесно связанную с национальными ценностями и традициями. Также Е.А. Нахимова подчеркивает, что ПФ часто выступают в роли нравственных эталонов нации, фиксирующих ее оценку реальности⁶.

Согласно определению В.В. Красных, за ПФ всегда стоит общее и обязательное представление для всех носителей того или иного национально-культурного менталитета, это делает все апелляции к ПФ «прозрачными», понятными, коннотативно окрашенными. В.В. Красных подчеркивает «возобновляемость» обращения к тому или иному ПФ, т.е. апелляции к нему могут и не быть частотными, но они обязательно понятны собеседнику без какой-либо дополнительной расшифровки и комментария⁷.

Обобщая все вышеизложенное, можно сказать что ПФ – это имеющие вербальное выражение или поддающиеся вербализации единицы, известные значительной части представителей ЛКС; актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане; обращение к которым обнаруживается в речи представителей того или иного лингвокультурного сообщества⁸.

⁵Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М., 2003. С. 97.

⁶Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации: офиц. сайт. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/nakhimova-07a.htm> (дата обращения: 25.10.2015).

⁷Красных В.В. «Свой среди чужих»: миф или реальность? М., 2003. С. 75.

⁸Алексеева М.С. Прецедентные феномены в интернет-рекламе предприятий ресторанного бизнеса: офиц. сайт. URL: <http://cognitiv.narod.ru/diss.html> (дата обращения: 15.12.2015).

1.2 Виды и уровни прецедентных феноменов

Все прецедентные феномены, как сказано ранее, подразделяются на прецедентные тексты, прецедентные высказывания, прецедентные имена и прецедентные ситуации. Поскольку классификация прецедентных феноменов Д.Б. Гудкова является общепризнанной, приведем следующие определения в качестве рабочих.

Прецедентный текст (ПТ) – «законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности, (поли)предикативная единица; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу; ПТ хорошо знаком практически любому социализированному представителю национально-лингвокультурного сообщества, в когнитивную базу входит инвариант его восприятия, обращение к нему многократно возобновляется в процессе коммуникации через связанные с этим текстом высказывания и символы»⁹. Эта группа прецедентных феноменов включает произведения художественной литературы, тексты песен, рекламы, политические и публицистические тексты.

Использование прецедентных текстов, согласно вышеприведенному определению, должно отвечать следующим условиям:

- 1) осознанность адресантом факта отсылки к определенному тексту;
- 2) знакомство адресата с исходным текстом и его способность распознать отсылку к этому тексту;
- 3) наличие у адресанта прагматической пресуппозиции знания адресатом данного текста¹⁰.

Прецедентное высказывание (ПВ) – репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности; законченная и самодостаточная единица, которая может быть или не быть предикативной; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу; в когнитивную базу входит само ПВ, как таковое; ПВ неоднократно воспроизводится в речи носителей русского языка. К

⁹Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. С. 106.

¹⁰Галиева Э.Ю. Прецедентные тексты в публицистике. Уфа., 2011. С. 239-241.

числу ПВ принадлежат цитаты из текстов различного характера, а также пословицы¹¹.

ПВ можно разделить на две группы: (а) канонические высказывания, т.е. высказывание выступает как строгая цитата, не подвергающаяся изменениям, в которой актуализируется поверхностное значение (такие ПВ порождены фонетико-звуковой ассоциацией), и (б) трансформированные, т.е. ПВ узнается, но происходит изменение его формы, в таких ПВ актуализируется системный смысл, который порожден семантико-когнитивной ассоциацией.

Прецедентное имя (ПИ) – индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом, как правило, относящимся к прецедентным (например, Печорин, Теркин), или с прецедентной ситуацией (например, Иван Сусанин); это своего рода сложный знак, при употреблении которого в коммуникации осуществляется апелляция не собственно к денотату, а к набору дифференциальных признаков данного ПИ; может состоять из одного или более элементов, обозначая при этом одно понятие¹².

Однако, как отмечает И.В. Захаренко, специфика прецедентного имени (ПИ) как прецедентного состоит в том, что при употреблении его в коммуникации осуществляется апелляция не собственно к денотату, а к набору дифференциальных признаков, входящих в инвариант восприятия данного прецедентного имени, в результате чего ПИ, как правило, функционирует как эталон некоего свойства или характеристики¹³.

Прецедентная ситуация (ПС) – «некая «эталонная», «идеальная» ситуация, связанная с набором определенных коннотаций, дифференциальные признаки которой входят в когнитивную базу». С этой точки зрения «статус прецедентной будет иметь ситуация, которая, во-первых, хорошо знакома носителям определенного ментально-лингвального комплекса, во-вторых, актуальна в когнитивном плане, т.е. имеет инвариант восприятия, в который входят опреде-

¹¹Гудков Д.Б., Багаева Д.В., Захаренко И.В., Красных В.В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов. М., 1997. С. 83.

¹²Там же. С. 83-84.

¹³ Захаренко И.В. К вопросу о каноне и эталоне в сфере прецедентных феноменов. М., 1997. С. 111.

ленные, минимизированные и национально-детерминированные знания и представления о самой ситуации, включающие в себя, в том числе и коннотации, с данной ситуацией связанные, и, в-третьих, апелляции к которой частотны (как правило или потенциально) в коммуникации представителей данного национально-лингвокультурного сообщества». Ярким примером прецедентной ситуации может послужить библейский сюжет о блудном сыне, часто встречающийся в литературе¹⁴.

Помимо классификации ПФ по видам, существует классификация уровней прецедентности феноменов. Каждая отдельная языковая личность может выступать как индивидуум, не похожий на других, со своим собственным сознанием, объемом памяти, лексиконом; как член определенного социума (семейного, профессионального и др.), имеющий общие с другими членами этого социума знания, представления, ценностные ориентации; как член ЛКС, который владеет неким общим для всех включенных в данное сообщество набором «культурных предметов» и их символов; как член рода человеческого, обладающий общими для всех людей знаниями и представлениями. Это, по мнению Д.Б. Гудкова, позволяет нам выделять несколько уровней сознания индивида и несколько уровней прецедентности феноменов, различая тем самым автопрецедентные, социумно-прецедентные, национально-прецедентные и универсально-прецедентные феномены¹⁵.

Автопрецеденты представляют собой отражение в сознании индивида некоторых феноменов окружающего мира, обладающих особым познавательным, эмоциональным, аксиологическим значением для данной личности и связанных с особыми индивидуальными представлениями, включенными в неповторимые ассоциативные ряды.

Социумно-прецедентные феномены известны любому среднему представителю того или иного социума и входят в коллективное когнитивное про-

¹⁴ Красных В.В. Система прецедентных феноменов в контексте современных исследований. М, 1997. С. 59.

¹⁵ Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. С. 102.

странство этого социума. В газетных текстах, как правило, не используются, т. к. известны незначительному кругу людей.

Национально-прецедентные феномены известны любому представителю того или иного ЛКС и входят в КБ этого сообщества. Часто разные национально-прецедентные феномены в ЛКС актуализируют одно и то же явление или качество.

Универсально-прецедентные феномены известны любому современному полноценному *homo sapiens* и входят в универсальное когнитивное пространство человечества¹⁶.

1.3 Источники и функции прецедентных феноменов

Существенным этапом исследования прецедентных феноменов является обращение к сферам-источникам прецедентности: важно определить, какие именно сферы (религия, фольклор, литература, театр, политика и др.) служат в том или ином социуме основным источником для репертуара прецедентных имен, событий, высказываний и текстов¹⁷.

Е.А. Нахимова предлагает следующую классификацию:

1. Социальная область, которая подразделяется на такие сферы, как политика, экономика, образование, развлечения, медицина, война, криминал, спорт.
2. Область искусств, к которой относятся такие сферы, как литература, театр и кино, изобразительные искусства, музыка, архитектура, мифология и фольклор.
3. Область науки, которая включает, в частности, следующие сферы гуманитарных и естественных знаний: математика, физика, химия, биология, история, география, филология.
4. Область религии, к которой относятся прецедентные феномены, которые восходят к религиозным текстам.

¹⁶Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. С. 103.

¹⁷Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. С. 140.

При обращении к иным коммуникативным дискурсам (реклама, средства массовой информации, бытовое общение) возникает необходимость использовать еще более детализированную классификацию сфер-источников¹⁸.

Г.Г. Слышкин выделил следующие основные источники ПФ: 1) политические плакаты, лозунги и афоризмы; 2) произведения классиков марксизма-ленинизма и руководителей Советского государства; 3) исторические афоризмы; 4) классические и близкие к классическим произведения русской и зарубежной литературы, включая Библию; 5) сказки и детские стихи; 6) рекламные тексты; 7) анекдоты; 8) пословицы, загадки, считалки; 9) советские песни; 10) зарубежные песни¹⁹.

С.Л. Кушнерук приводит свою классификацию источников культурного знания: 1) художественная литература; 2) киноискусство; 3) музыка; 4) политика; 5) живопись; 6) наука; 7) мифология; 8) экономика; 9) спорт; 10) мода; 11) телевидение, журналистика; 12) игры²⁰.

Существуют также разные подходы к определению функций ПФ. В практической части исследования при определении функций ПФ мы берем за основу те функции, которые проявляются у вербальных ПФ в большей степени, чем невербальных. К ним относятся следующие:

1. *Функция оценки.* Прецедентные феномены – важное средство эмоциональной оценки, они не претендуют на логическую законченность, на точную формулировку, но ярко выражают субъективное отношение автора. Как подчеркивает Д. Б. Гудков, оценка, выраженная с помощью прецедентных феноменов, не претендует на объективность, она подчеркнута эмотивна и субъективна²¹.

¹⁸Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. С. 141.

¹⁹Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. М., 2009. С. 72.

²⁰Кушнерук С.Л. Сопоставительное исследование прецедентных имен в российской и американской рекламе // Cognitiv.narod.Ru: офиц. сайт. URL: <http://cognitiv.narod.ru/diss.html> (дата обращения: 12.11.2015).

²¹Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. С. 157.

2. *Моделирующая функция* – функция формирования представлений о мире в виде модели. Прецедентные феномены – важная часть национальной языковой картины мира.

3. *Прагматическая функция* – функция воздействия на адресата. Прецедентные феномены – мощное средство воздействия на адресата, они помогают переформатировать картину мира, имеющуюся у адресата. Прецедентные феномены задают определенную систему ценностей и антиценностей, которая в той или иной мере регулирует поведение представителей национально-лингвокультурного сообщества, объединяя «своих» и противопоставляя их «чужим».

4. *Эстетическая функция* связана с тем, что прецедентные имена воспринимаются как способ эстетической оценки мира, они воспринимаются адресатом как эстетически значимые, привлекают к себе внимание необычной формой выражения.

5. *Парольная функция*. Прецедентные феномены, используемые в речи, часто служат для обнаружения общности ментально-вербальной базы автора и читателя. Читатель, откликаясь на пароль, названный автором, становится как бы «своим», «посвященным». Таким образом, читатель и автор образуют своего рода «команду», группу единомышленников, понимающих друг друга и отделяющих себя от «непосвященных».

6. *Людическая функция*. Использование прецедентных феноменов часто имеет характер своего рода языковой игры: автор задает загадку, а читатель ищет на нее ответ. Языковая игра способствует привлечению внимания к форме текста, снижению напряженности общения и делает его менее формальным.

7. *Эвфемистическая функция*. Применение прецедентных феноменов иногда помогает смягчить высказывание, сделать его менее резким, менее конкретным и – в конечном итоге – выразить необходимую информацию в неагрессивной форме.

Важно подчеркнуть, что все названные функции прецедентных феноменов реализуются в комплексе, хотя в тех или иных контекстах возможно преоб-

ладание каких-либо функций. При определении этих функций важно учитывать не только содержание текста, но соотношение данного текста с дискурсом²².

1.4 Фразеологические единицы и прецедентные феномены

Прежде, чем перейти к анализу особенностей использования прецедентных феноменов в текстах СМИ, уточним еще раз, что в данной работе объектом исследования являются шекспиризмы. Шекспиризмы, согласно классификации А.В. Кунина, относятся к исконно английским фразеологическим единицам.

«В каждом языке», – писал И.Р. Гальперин, – «имеются сочетания слов, в которых значение целого доминирует над значением составных частей или, иными словами, значение целого сочетания не совсем точно, а иногда и совсем не выводимо из суммы составляющих это сочетание частей. Такого рода сочетания носят название фразеологических единиц. Одной из наиболее характерных черт фразеологических сочетаний является их устойчивость, т. е. устойчивость местоположения составных частей сочетания и семантическое единство всего сочетания. ... Они используются в речи как готовые единицы языка, т. е. воспроизводятся в речи, но не организуются вновь, как это имеет место в случаях так называемых свободных сочетаний»²³.

Большинство шекспиризмов встречается в произведениях Шекспира лишь один раз, и форма их является фиксированной²⁴. Поэтому правомерным кажется включение шекспиризмов в состав исконно английских ФЕ. В то же время, в отличие от большинства фразеологических единиц, не имеющих автора, у шекспиризмов есть один источник и один автор. По числу фразеологизмов, обогативших английский язык, произведения этого автора занимают второе место после Библии. Их число превышает 100²⁵.

Выделяя сходства фразеологических единиц и прецедентных феноменов, ученые отмечают важность смысловой целостности, при утере которой невозможно произвести то же самое воздействие. Также, говоря о сходствах этих

²²Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. С. 146.

²³Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. М., 1958. С. 318.

²⁴Там же. С. 318.

²⁵Кунин А.В. Фразеология современного английского языка. М., 1996. С. 258.

двух единиц, подчеркивают культурную обусловленность обоих. Поэтому при анализе шекспиризмов следует учитывать как тот факт, что они относятся к фразеологическим единицам, а следовательно, обладают присущими фразеологическим единицам функциональным и структурным особенностям, так и то, что шекспиризмы в полной мере отвечают критериям, в соответствии с которыми выделяют и анализируют ПФ: за любым ПФ стоит некоторый факт, нечто существовавшее и/или существующее в реальности; факт этот выступает как образцовый, эталонный для бесконечного множества сходных по структуре фактов; подобный факт оказывается ярко маркирован для членов того ЛКС, в котором он воспринимается как эталонный; за любым ПФ стоит образ-представление, знакомый подавляющему большинству членов этого сообщества; подобное представление задет определенный алгоритм деятельности для членов ЛКС; клишированность ПФ; прецедент является знаком ментальности, он всегда «персонифицирован», связан с конкретным фактом (ситуацией, лицом, текстом) и обладает собственным значением, что отличает его от стереотипа; национально детерминированные минимизированные представления, стоящие за ПФ, обладают ярко выраженной аксиологичностью, за каждым из них закреплена определенная оценка.

Как и другие фразеологические единицы, шекспиризмы могут подвергаться структурным и смысловым трансформациям. Как подчеркивает А.В. Кунин, «в современном английском языке в шекспиризмы могут вноситься те или иные изменения»²⁶. Как следствие, изменяется не только структура ПФ, но и тот смысл, который был первоначально заложен автором. К тем экспрессивным, эмотивным и оценочным коннотациям, которые ингерентны для ПФ, в речи могут добавляться новые, стилистические коннотации, позволяющие усилить эмотивный, экспрессивный и оценочный потенциал шекспиризмов.

²⁶ Кунин А.В. Фразеология современного английского языка. М., 1996. С. 259.

2 ШЕКСПИРИЗМЫ В МАТЕРИАЛАХ ГАЗЕТЫ «THE GUARDIAN»

2.1 СМИ как глобальный культурный контекст

С древних времен средства массового общения постоянно трансформировались по форме и содержанию, изменялись их функции и социальная роль, появлялись новые виды и подвиды, увеличивалось число представителей отдельных видов²⁷.

В древности все способы передачи новостей были контактными: к ним относится и оглашение указа правителя на базарной площади, и проповедь священнослужителя в церкви, и – в несколько меньшей степени – распространение слухов. Возможность тиражирования и передачи на расстоянии письменных источников, а следовательно, и новостей, появилась в XV в. после изобретения печатного станка. Так возникла «галактика Гуттенберга» – эпоха, важной чертой которой стала ведущая роль печатных средств массовой коммуникации.

Новый этап наступил с появлением в XIX в. телеграфа (П. Л. Шиллинг, Т. Эдисон) и телефона (А. Г. Белл). Эти технические средства существенно повысили скорость, количество и качество передаваемой информации. В XX в. информационную эстафету подхватили радио и телевидение.

Современный этап развития массовой коммуникации связан с распространением технологий электронной почты и Интернета. Глобальные сетевые электронные ресурсы создают возможность мгновенной передачи сообщения и получения информации. В результате планета Земля, по образному выражению М. Маклюэна, превращается в «глобальную информационную деревню», то есть скорость передачи информации в противоположное полушарие Земли по существу не отличается от скорости ее передачи в другой конец деревни. Благодаря современным технологиям передачи и получения информации, человечество все более ощущает себя единым²⁸.

²⁷Кунин А.В. Фразеология современного английского языка. С. 5.

²⁸Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. С. 111-112.

Как считает Я.Н. Засурский, «отечественные СМИ сегодня – это больше, чем отдельные имена, конкретные названия газет или каналов. Это развивающийся мир со своими тенденциями, достижениями и провалами, «приводными ремнями» и «подводными течениями». Российские медиа интересны не только содержанием, тиражами, но и формирующимся разнообразием мнений»²⁹. Те же самые тенденции мы можем наблюдать и в зарубежной прессе, где существуют свои нюансы СМИ. Главной целью зарубежной прессы являются воздействие и влияние на читателя. Так по мнению Т.Г. Добросклонской, «средства массовой информации не просто отображают окружающую действительность, объективно фиксируя происходящие вокруг события. Большинство современных ученых, как российских, так и зарубежных, считают, что СМИ прямо или опосредованно, в открытой или скрытой форме влияют на все социально-политические процессы в обществе»³⁰. Многие специалисты считают правильным определение термина средства массовой информации как «четвертой ветви власти», не менее влиятельной, чем судебная исполнительная и представительная ветви власти.

По мнению Е.А. Земской, к основным тенденциям языка СМИ можно отнести:

1. Резко расширяющийся состав участников массовой и коллективной коммуникации: новые слои населения приобщаются к роли ораторов, роли пишущих в газеты и журналы.

2. Резкое ослабление цензуры и автоцензуры. Люди начинают говорить и писать свободно, не только дома, на улице, но и по радио, телевидению, в газетах и журналах.

3. Возрастание личностного начала в речи. Безликая и безадресная речь сменяется речью личной, приобретает конкретного адресата. Возрастает диалогичность общения, как устного, так и письменного.

²⁹Засурский Я.Н. Средства массовой информации постсоветской России. М., 2002. С. 11.

³⁰Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. М., 2000. С. 20.

4. Расширение сферы спонтанного общения не только личного, но и устного публичного. Люди уже не произносят и не читают заранее написанные речи.

5. Появление стремления выработать новые средства выражения, новые формы образности³¹.

Последнее положение особенно актуально для данного исследования, поскольку шекспиризм – один из самых образных прецедентных феноменов. Каждое высказывание имеет текстовую связь с определенным эпизодом, персонажем, с сюжетом и композицией художественного произведения, вызывает в сознании подготовленного читателя эмоциональные переживания, воспоминания, оценки и чувства. Несомненно, шексперизм можно отнести к формам образности, которые предполагают возвращение к прочитанному, переосмысление прочитанного, но на новом уровне, в новом культурно-историческом контексте.

Следующая отличительная черта современных СМИ – это сочетание разнонаправленных тенденций.

В современной массовой коммуникации, мнению ученых, существуют две тенденции: первая – это стремление к максимальной свободе, к обнаружению творческой индивидуальности автора, а вторая – это активное использование уже зарекомендовавших себя способов выражения мысли, что позволяет хотя бы отчасти скрыть свою субъективность и соотнести свой текст с существующими традициями. В качестве одного из ярких проявлений второй тенденции можно рассматривать активное обращение к многообразным способам использования прецедентности.

2.2 Интертекстуальность и прецедентность в медиадискурсе

В научных публикациях последних лет общим стало утверждение об интертекстуальности СМИ как отражении миро- и самоощущения современного человека. Не подвергая сомнению сам этот тезис, необходимо отметить, что

³¹ Земская Е.А. Русский язык конца XX столетия. М., 2000. С. 357.

существуют разные категории СМИ, разные виды интертекстуальности и разные типы языковых личностей³².

Прежде всего, исследователи вводят разграничение интертекстуальности и прецедентности. Интертекст – это «объективно существующая информационная реальность, являющаяся продуктом творческой деятельности человека, способная бесконечно самогенерировать по стреле времени»³³. Интертекстуальность – это глубина текста, определяемая его способностью накапливать информацию не только за счет отражения действительности, но и опосредованно, извлекая ее из других текстов. Она связана с такими понятиями, как традиция, «семиотическая память культуры» (Ю.М. Лотман), деривационная история текста. Интертекстуальность делает текст своего рода «диахронической матрицей» (В.Н. Топоров), сквозь которую просматривается другой текст. Именно интертекстуальность обеспечивает тексту такое качество, как смысловая многомерность, «растяжимость для новых откровений мысли» (А.Н. Веселовский)³⁴.

Интертекстуальность – критерий гносеологической и эстетической ценности текста: если произведение не обладает этим свойством, оно не имеет шансов войти в науку, литературу, наконец, в культуру в целом. Таким образом, интертекстуальность – один из способов трансляции так называемого кода культуры.

Интертекстуальность обнаруживается в процессе взаимодействия с творческим субъектом – автором или читателем. Прежде всего интертекстуальность текста есть отражение и реализация когнитивной базы порождающего текст субъекта, его интертекстуального тезауруса, под которым мы понимаем совокупность всех тех элементов, которые говорящий субъект считает «чужими» при восприятии некоторого сообщения / текста и которым он придает статус

³² Кузьмина Н.А. Интертекстуальность и прецедентность как базовые когнитивные категории медиадискурса // Медиаском. Электронный научный журнал фак-та журналистики МГУ. URL: <http://www.mediascope.ru/node/755> (дата обращения: 08.12.2015).

³³ Кузьмина Н.А. Интертекст и его роль в процессах функционирования поэтического языка. Екатеринбург, 1999. С. 253

³⁴ Там же. С. 255

цитатных при порождении собственных высказываний / текстов. Умение пользоваться интертекстуальным тезаурусом предполагает наличие особого вида компетенции – интертекстуальной, позволяющей кодировать и декодировать интертекстуальные знаки. Реализация интертекстуального тезауруса и интертекстуальной компетенции зависит от коммуникативных условий и типа речевой культуры носителя языка³⁵.

Таким образом выделяется два типа речевой культуры – элитарный и среднелитературный.

Элитарный тип речевой культуры предполагает «хотя бы пассивное владение достижениями мировой и национальной культуры (знание артефактов материальной культуры, знакомство с литературными шедеврами, шедеврами искусства, хотя бы представление о гениях науки и т.д.) Речевая культура элитарного типа основана и на широком охвате сознанием говорящего (пишущего) разнообразных прецедентных текстов, имеющих непреходящее общекультурное значение»³⁶.

Что касается *среднелитературного типа*, к которому принадлежит большинство образованного населения, то, по мнению О.Б. Сиротининой, для носителей этого типа в качестве прецедентных текстов выступают телевидение и другие средства массовой информации, а также популярная литература нередко «макулатурного» типа, причем речевая ущербность таких текстов носителями среднелитературного типа не осознается³⁷.

Появление терминов «прецедентность» и «прецедентный текст», как показано в первой главе работы, обычно связывают с именем Ю.Н. Караулова, который определил прецедентные тексты как единицы, значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях. С тех пор понятие «прецедентные феномены» (прецедентное имя, прецедентное высказывание, прецедентная ситуация, прецедентный текст) активно используется лин-

³⁵ Кузьмина Н.А. Интертекст: тема с вариациями. Феномен культуры и языка в интертекстуальной интерпретации. Омск, 2009. С. 156

³⁶ Сиротинина О.Б. Основные критерии хорошей речи / О.Б. Сиротина. Саратов, 2001. С. 22.

³⁷ Там же С. 25.

гвистами, причем нередко в значении, тождественном значению термина интертекстуальность.

Н.А. Кузьмина предлагает разграничить эти понятия следующим образом. Интертекстуальность соотнесена с эстетической ценностью, культурной значимостью, вневременностью (интертекстуальные знаки – феномены культуры, предполагающей межпоколенную связь), прецедентность – с тем, что происходит сейчас и актуально сегодня, но вовсе не обязательно будет значимо завтра. Интертекстуальные знаки проверены временем и традицией: они существуют в течение жизни нескольких поколений людей в виде некоего культурного кода, существование прецедентных феноменов ограничено временем их рецепции и реинтерпретации. Именно для прецедентных феноменов важна «техническая» поддержка, прежде всего средствами массовой коммуникации, обеспечивающая тотальную их рецепцию максимально широким кругом потребителей³⁸.

Таким образом, интертекстуальность – это транслируемый код культуры как системы традиционных для человечества ценностей материального и духовного характера, прецедентность – явление жизни, которое может стать или не стать фактом культуры³⁹. При таком понимании очевидно, что специфика медиадискурса связана более с прецедентностью, чем с интертекстуальностью, однако именно прецедентные тексты, считают ученые, могут выступать как «тексты влияния». Ведь любой прецедентный феномен выполняет в текстах СМИ прагматическую функцию: призван воздействовать на читателя, донести до него точку зрения автора и, что немаловажно, авторскую оценку события, его модель мира, формируемую в данный период времени.

2.3 Прецедентные феномены в материалах газеты «The Guardian»

Целью работы, как показано во Введении, стал анализ особенностей использования шекспиризмов в материалах электронной версии газеты «The Guardian», отобранных методом сплошной выборки.

³⁸ Кузьмина Н. А. Интертекстуальность и прецедентность как базовые когнитивные категории медиадискурса.

³⁹ Там же.

В качестве базы для проведения исследования были использованы 100 наиболее известных цитат из различных произведений Уильяма Шекспира⁴⁰. Далее на официальном сайте электронной версии газеты «The Guardian» осуществлялся поиск статей, в которых был употреблен каждый из отобранных 100 шекспиризмов. Таким образом, среди материалов, представленных в электронной версии газеты, было обнаружено 759 статей, в тексте или заголовке которых имелись шекспиризмы.

Как показывает практика, апелляции к высказываниям Уильяма Шекспира происходят постоянно. Несмотря на тот факт, что произведения Шекспира были написаны несколько столетий назад, цитаты из них, уже прочно вошедшие в английский язык, не теряют своей актуальности. Неудивительно, что средства массовой информации до сих пор включают различные шекспиризмы в тексты публикаций.

В ходе исследования было проанализировано, как используются шекспиризмы в материалах современных СМИ. Также задачей было установить, к какой сфере деятельности человека, соотносимой с той или иной рубрикой в газете «The Guardian», используются высказывания Шекспира. Исходя из целей исследования, полагалось выяснить, как в количественном соотношении были использованы приведенные в тексте высказывания (денотативно или коннотативно), указан ли автор в статьях, где – в заголовке или тексте, обнаружена цитата. Также необходимо было установить, какие функции прецедентных феноменов реализуются в том или ином случае.

Обратимся к материалу.

В статье под названием «Google logic: why Google does the things it does the way it does» («Логика *Google*: почему *Google* делает так, как делает») говорится о парадоксальной ситуации, сложившейся в компании *Google*. Текст статьи фактически сформирован на основании материалов блога бывшего директора по маркетингу корпорации *Apple* Майкла Мейса.

⁴⁰ Shakespeare Quotes : офиц. сайт. URL: <http://absoluteshakespeare.com/trivia/quotes/quotes.htm> (дата обращения: 07.12.2015).

Майкл Мейс рассказывает о проблемах, возникших в связи со странной политикой компании *Google*: вкладывая огромные средства и усилия в безнадежные, неперспективные проекты, компания закрывает уже ставшие популярными полезные программы. Автор рассказывает читателям о многочисленных случаях, когда представители *Google*, осознавая все последствия, которые повлечет их отказ продолжать выпуск сервисов, все же делали это. В такой политике компании, по мнению Майкла, есть своя логика. Ведь сотрудники *Google* – умнейшие люди, знающие свое дело. Всем известно, что бизнес в Интернет-сети отличается от других сфер деловой активности, и именно поэтому методы ведения такого бизнеса могут показаться непонятными и нелогичными. В результате анализа сложившейся на рынке Интернет-услуг ситуации, Майкл Мейс приходит к убеждению, что *Google* верно действует в нынешних условиях экономики.

В данной статье автором было использовано высказывание «...**there is probably a method to Google's madness**» («... возможно, в безумии *Google* есть система»). Необходимо отметить, что первоначальная формулировка фразы из произведения Шекспира «Гамлет» звучит так: «Though this be madness, yet there is method in 't» («Если это безумие, то в нем есть система»). Шекспиризм в данном случае использован коннотативно, с применением трансформаций: усечение, добавление и замена компонентов. Автор сократил высказывание и так, вместо двух частей предложений, в текст статьи включена лишь одна. Более того, было добавлено название компании, что свидетельствует об отнесенности данного высказывания именно к их политике. Возможно, автор намеренно использован название корпорации для того, чтобы у читателей не оставалось сомнений по поводу его отношения к сложившейся ситуации.

Следует отметить, что в данном случае прецедентное высказывание выполняет экспрессивную функцию, так как прецедентный феномен точно передает мысль автора о том, что если даже действия корпорации *Google* могут показаться несведущему читателю неразумными, во всем этом есть некий смысл. Также можно говорить о парольной, оценочной и воздействующей функциях.

«What a piece of work is a (wo)man: the perils of gender-crossed Shakespeare» («Какое чудо природы женщина / мужчина: риски кросс-гендерных Шекспировских постановок») – название следующей в статье, в которой был обнаружен шекспиризм.

В статье идет речь о новой тенденции в театре: теперь в постановках участвуют актеры противоположного пола, в отличие от того, что было написано в оригинале. Так в пьесе «Антоний и Клеопатра», «Генри IV», «Гамлет», «Юлий Цезарь» играют только женщины. А в такой известной пьесе Уильяма Шекспира как «Двенадцатая ночь» ситуация обстоит сложнее: актер, исполняющий роль Оливии, будучи мужчиной, играет женщину, которая по сценарию притворяется мужчиной. Несмотря на такой необычный выбор актеров, в зале царит аншлаг. Автор статьи пытается предположить, к чему же приведет такая гендерная смена персонажей. Ставится вопрос о том, как изменится пьеса и сам герой в процессе таких изменений, а также как далеко придется зайти, переделывая текст пьес Шекспира. Несомненным остается тот факт, что преимущественное изменение мужских ролей на женские свидетельствует о процессе феминизации в обществе.

В заголовке статьи содержится часть высказывания из «Гамлета» («**What a piece of work is a (wo)man...**»). Полная версия такова: «What a piece of work is man! How noble in reason! How infinite in faculty! In form and moving how express and admirable! In action how like an angel! In apprehension how like a god! The beauty of the world, the paragon of animals!» («Какое чудо природы человек! Как благороден разумом! С какими безграничными способностями! Как точен и поразителен по складу и движениям! В поступках как близок к ангелу! В воззрениях как близок к богу! Краса вселенной! Венец всего живущего!»).

Необходимо отметить, что автор в целях экономии места сократил объем высказывания, выбрав всего лишь первое предложение. Это действительно является целесообразным, так как читатель уже по первой строке может догадаться, к чему автор делает отсылку.

В данном случае шекспиризм использован денотативно, но все же автор добавляет (wo) перед словом «man» для того, чтобы высказывание приобрело двойкий смысл. В то время как Шекспир имел в виду человека как живое существо вообще, автор пытается придать эвфемистический оттенок высказыванию, подчеркивая равенство полов. Так читатель уже перед прочтением может догадаться о том, что речь пойдет как о мужчинах, так и о женщинах. Таким образом, в данном прецедентном высказывании реализуются такие функции как воздействие, экспрессивность, парольность и оценка.

В статье под названием «Brevity is the soul of wit. So I'll say this quickly...» («Краткость есть душа ума. Поэтому я расскажу об этом быстро...») тоже использован шекспиризм. Статья посвящена современной тенденции, согласно которой тексты и твиты в сети Интернет могут стать новым видом поэзии.

В настоящее время человек получает огромное количество информации из различных источников, будь то Интернет, телевидение, радио, газеты и журналы. И именно поэтому краткость изложения материала является одним из приоритетных требований, ведь наши современники ценят свое время. Так популярная шотландская англоязычная поэтесса, Кэрол Энн Даффи, утверждает, что в связи с быстрыми темпами развития Интернета и возрастающей популярностью социальных сетей, где люди делятся своими мыслями и чувствами, будущие шедевры поэзии вполне могут быть обнаружены в глобальной сети. Автор, ссылаясь на слова Кэрол, говорит о том, что для создания читаемого произведения вовсе необязательно создавать многотомники.

В данном случае шекспиризм из пьесы «Гамлет» – «**Brevity is the soul of wit**» используется денотативно, так как в тексте статьи упоминается Шекспир и его преподаватель Олоферн, обучавший Шекспира написанию пьес. Автор, используя этот шекспиризм, делает отсылку к творчеству Уильяма Шекспира, который впервые выразил идею о целесообразности краткости написания. Прецедентный феномен реализует парольную, воздействующую, а также реминисцентную функции. Так как автор, ведущий рубрику о книгах, знаком со своей

целевой аудиторией, то, включая данный шекспиризм в название, может быть уверен, что читатели проведут параллель с творчеством писателя.

В статье под названием «Hysterical consumerism ruins food. And holiday. And books» («Идеология истерического потребления портит еду. И праздники. И книги») был обнаружен шекспиризм «...there can be too much of a good thing».

Как говорится в статье, после очередного похода в продовольственный магазин автор недоумевает по поводу того, как все полки меняются в преддверии какого-либо праздника. Дело в том, что еще за месяц до Хэллоуина сотрудники торгового зала начинают оформлять витрину к празднику. Иногда именно такие перестановки товара и какие-либо изменения ассортимента совсем не по душе покупателям. Ведь становится гораздо сложнее найти товары первой необходимости, покупка которых уже вошла в привычку. Автор также выражает удивление по поводу того, как все витрины заполнились тематическими продуктами, в составе которых есть тыква, или же на упаковке которых красуется чудовище.

Всем известно о желании руководства магазина продать как можно больше, поэтому они готовы идти на любые ухищрения, чтобы повысить продажи. В этом процессе бренды играют немаловажную роль. В наше время есть предложение на любой спрос: если приближается Хэллоуин, то каждый захочет приобрести какой-нибудь символ этого праздника, если среди детей имеет огромную популярность мультфильм «Холодное сердце», то потребители без труда могут найти сладости, ланчбоксы, всевозможные футболки и куклы в магазине с изображениями его героев и т.д.

В статье автор использует высказывание «...**there can be too much of a good thing**» («...здесь хорошего может быть слишком много») из произведения «Как вам это понравится?», выражая собственное мнение о предложении всевозможных товаров. Автор задается вопросом: а нужно ли людям такое огромное количество продуктов? Или же от этого лишь наполняются карманы владельцев магазинов?

В данном примере шекспиризм используется коннотативно, без использования структурных трансформаций. Среди реализованных функций – воздействующая, экспрессивная, парольная, а также оценочная.

Следующая статья – «Christmas truce: a mythical football match revisited 100 years later» («Рождественское перемирие: спустя сто лет снова был проведен мифический футбольный матч») повествует о проведении матча между военными силами Великобритании и Германии. Автор, ссылаясь на интервью с одним из организаторов, говорит о том, что до сих пор не ясно, проводился ли в действительности этот матч сто лет назад. Да, впрочем, это не имеет большого значения, так как проведение матча между военными из Великобритании и Германии приурочено ко дню окончания Первой Мировой Войны. Автор подчеркивает, что матч проводился на нейтральной территории, не принадлежавшей ни одной из стран участников. Среди зрителей присутствовало огромное количество военных, которые болели за своих соотечественников.

В данной статье было использовано высказывание «...**the town has seen better days**» («...у города бывали и лучшие дни»). Выражение «True is it that we have seen better days» («Правда, у нас были и лучшие времена») – цитата из произведения Шекспира «Как вам это понравится». В тексте статьи автор рассказывает о месте проведения футбольного матча, городе Олдершот. По признанию автора, обстановка в городе не лучшая: все витрины магазинов заколочены досками, по улицам бесцельно слоняются бродяги, а небо выглядит так, словно никогда и не было голубым. Поэтому данный прецедентный феномен очень точно передает состояние города, который когда-то процветал.

В приведенном примере прецедентный феномен использован коннотативно. Имеет место замена одного из компонентов: слово «we» заменяется на слово «town». Что же касается функций данного высказывания, то в первую очередь это оценочная, так как даже в самой формулировке присутствует отрицательная оценка. Также можно говорить о функции воздействия.

Следующий шекспиризм встретился в заголовке статьи «**Now is the winter of discontent**» («Сейчас зима тревоги нашей»). В статье описывается напря-

женная обстановка 1970-х в Соединенном Королевстве, в условиях которой рабочим приходилось устраивать забастовки для защиты своих прав. Причиной такой сложной ситуации послужили попытки лейбористского правительства прекратить выдачу заработной платы для сдерживания инфляции. Люди, испытавшие шок от таких мер, начали повсеместно устраивать забастовки для того, чтобы правительство обратило внимание на их катастрофическое положение. Государственные служащие, а также работники экстренных служб чуть не остались без средств существования.

Автор использует шекспиризм денотативно, приводя в тексте статьи имя автора высказывания, а также упоминая о пьесе-источнике – «Король Ричард III». В контексте статьи шекспиризм как нельзя лучше позволяет автору описать ситуацию, сложившуюся в то время – тревогу граждан Соединенного Королевства за свое существование, застой в экономике, кризис правительства. Среди функций прецедентного феномена можно назвать экспрессивную, воздействующую, а также парольную.

В заголовке статьи «Off with her head! Girls' disdain for Barbie is a sign Mattel needs to do more» («Долой её голову! Девочки презирают Барби: компании *Mattel* нужно что-то с этим делать») также встречается шекспиризм. В статье говорится о компании *Mattel*, занимающейся выпуском игрушек, в том числе и кукол Барби. Автор обращает внимание на то, как дети играют с куклами Барби: обычной стала практика, когда им отрывают головы и скручивают ноги. Такое жестокое поведение по отношению к Барби вполне можно объяснить: дети отрицают тот образ женственности, который олицетворяет кукла. Всем понятно, что пропорции Барби не соотносятся с формами живых девушек, и поэтому этот символ нереальных стандартов красоты вызывает смешанные чувства.

Необходимо отметить, что после выпуска Мексиканской версии Барби с паспортом и маленькой собачкой Чихуахуа подмышкой, в компанию *Mattel* неоднократно поступали обвинения в расизме. Также поведение Барби на одноименном шоу было названо регрессивным и несоответствующим действитель-

ному поведению современной женщины. После нескольких лет снижения продаж компания предприняла попытку вернуть былую популярность кукол, после чего была создана новая коллекция, в которой были Барби на любой вкус: высокие и низкие, худые и полные, афроамериканки и белые, с прямыми, кудрявыми, черными, белыми и рыжими волосами. Реакция общества не заставила себя ждать: родители и дети были рады такому разнообразию.

В данной статье использован шекспиризм «**Off with his head!**» («Долой его голову») из пьесы «Король Ричард III». Высказывание использовано коннотативно, в формулировке есть трансформация – замена местоимения «его» на «её». Используя данный шекспиризм, автор преследует несколько целей: воздействовать на читателя, установить с ним кооперативный контакт, сделать ссылку на авторитет, чтобы окончательно убедить в своей точке зрения. Следовательно, к основным функциям ПФ можно отнести воздействующую, экспрессивную, оценочную, парольную и моделирующую.

В статье «A la Recherche du Shapps Perdu ... or anyone seen Grant Shapps?» («В поисках утраченного Шепса ... или кто-нибудь видел Гранта Шепса?») речь идет о журналистском расследовании. Дело в том, что в преддверии выборов многие люди были озадачены вопросом о существовании кандидата от консервативной партии Гранта Шепса. Автор статьи решил во что бы то ни стало найти Гранта. В первую очередь журналист пытался связаться с контактными пунктами кандидата, где никто не мог дать четких ответов на вопросы журналиста. Волонтеры отвечали уклончиво и отказывались предоставлять какую-либо информацию о Шепсе.

Автор статьи решил посетить сам контактный пункт кандидата, где естественно Гранта не оказалось. Так же ситуация обстояла и с его домом. После недели безрезультатных поисков и неявки мистера Шепса на обязательные для посещения кандидатами мероприятия, появились сомнения в существовании такого человека. Что, впрочем, подтвердилось на конечном заседании кандидатов, куда Грант не явился.

В данной статье автор использовал высказывание «**Oh Grant, Grant, wherefore art thou Grant?**» («Грант, как мне жаль, что ты Грант!»). Шекспиризм использован коннотативно, с использованием трансформаций: автором была произведена замена компонентов. Первоначальная формулировка звучала так: «O Romeo, Romeo! wherefore art thou Romeo?» («Ромео, как мне жаль, что ты Ромео!»). Включая данное высказывание в самом конце статьи, автор подводит итог своего расследования. И этим выражением удастся достаточно точно выразить переполняющие журналиста эмоции: разочарование, гнев и сожаление. Среди функций прецедентного высказывания можно назвать экспрессивную, оценочную и воздействующую.

Статья, посвященная совместному творчеству Элтона Джона и Леди Гаги, озаглавлена «Elton John and Lady Gaga record duet» («Творческий дуэт Элтона Джона и Леди Гаги»). Дело в том, что музыканты совместно записали трек для полнометражного компьютерного анимационного фильма «Гномео и Джульетта». Этот шедевр мультипликации посвящен сложной истории любви двух гномов, семьи которых враждуют. Как можно догадаться, в основу данного мультфильма легла пьеса Уильяма Шекспира «Ромео и Джульетта». Элтон Джон, будучи также одним из продюсеров мультфильма, предложил Леди Гаге музыкальное сотрудничество и запись музыкальной композиции. Они также открыли премию Грэмми этой песней. Уже после окончания церемонии вручения премии, в своем интервью Джон признался, что в связи с занятостью обоих процесс записи продолжался очень долго.

В заключительной части статьи автор приводит цитату Шекспира из трагедии «Ромео и Джульетта» «**Wisely and slow; they stumble that run fast**» («Прошу не торопить, тот падает, кто мчится во всю прыть»). В этой фразе, несомненно, автор одобрительно отзывается о том, как звездный дуэт отнесся к этому творческому проекту: они не стали записывать трек как можно быстрее, а предпочли сделать все качественно, чтобы зрители остались довольны их работой. Ведь неизвестно, чем бы закончилась эта история, если бы Элтон Джон и Леди Гага поторопились.

В данном случае высказывание использовано коннотативно, без использования структурных трансформаций, но с учетом трансформаций смысловых: в новом контексте происходит апелляция к произведению Шекспира, «ссылка на авторитет», и создается новый смысл: не нужно торопиться, выполняя такую важную работу как запись трека к мультипликационному фильму. Среди функций, которые выполняет прецедентный феномен, можно назвать воздействующую, оценочную и моделирующую.

В следующей статье под заголовком «Love by numbers» («Любовь в цифрах») приводятся результаты исследования, которые показывают, что мы выбираем себе партнера в зависимости от наличия общих черт. Возможно, некоторые считают, что противоположности притягиваются, но ученые считают иначе. Согласно результатам опроса большинство людей, состоящих в крепких отношениях, разделяют мнения по вопросам религии и политики. Также чаще всего у таких пар один уровень образования, одни и те же принципы, и даже схожая внешность. Объяснением может послужить то, что мы строим отношения с людьми из своего круга, которых мы можем встретить в учебном заведении, спортивном клубе или на вечеринке у друзей.

В статье использовано высказывание «**Love is blind**» («Любовь слепа»). Автор употребляет данный шекспиризм из произведения «Венецианский купец», говоря о том, что, возможно, иногда данное правило о притяжении похожих людей не действует. Ведь согласно высказыванию «Любовь слепа» вполне вероятно влюбиться в человека не своего круга: влюбленные не замечают своих различий. Но тут же приводится экспертное мнение психологов, которые утверждают, что спустя три месяца после такой «слепой» влюбленности человек способен снова «видеть». В данном случае высказывание использовано коннотативно, поскольку даже без использования структурных трансформаций высказывание приобретает иной смысл: любовь бывает слепа, но недолго. Среди функций можно отметить воздействующую, моделирующую, экспрессивную.

«Could everyone marry a supermodel? A scientific assessment» («Все ли могут жениться на супермодели? Научное заключение») – название следующей

статьи, в которой использован шекспиризм. В тексте автор приводит свои размышления о любовных отношениях, а также задается вопросом, кто в паре должен быть красивее.

Когда автор пришел к мнению, что женщина все-таки должна быть симпатичнее мужчины, его знакомый выдвинул гипотезу о том, что каждый может жениться на супермодели. Принимая во внимания все факты, автор всерьез задумывается над этим тезисом и ищет ему подтверждение. Так как количество настоящих супермоделей ограничивается двадцатью, а количество мужчин исчисляется несколькими миллиардами, автору приходит лишь два решения этой проблемы. Первое – это разрешение полигамии, что противоречит традиционному институту семьи, а второе – это клонирование, что, впрочем, показалось ему абсурдной идеей.

В статье автор использует шекспиризм из комедии «Виндзорские насмешницы» «**As luck would have it**» («К счастью»), говоря о том, что, к счастью, каждый не может жениться на супермодели. Ведь, несмотря на потрясающую внешность, они не могут выполнить самое главное женское предназначение: выносить и родить ребенка. Автор статьи утверждает, что при таком графике и строгой диете это становится практически невозможно.

Шекспиризм «**As luck would have it**» используется коннотативно, с целью создания нового смысла: к счастью, нет необходимости жениться на супермодели. Необходимо отметить, что в данном случае высказывание используется как вводная фраза, что, как показало исследование, в материалах «The Guardian» происходит часто. Прецедентный феномен выполняет воздействующую, оценочную и экспрессивную функции.

В статье, озаглавленной «**Yes, legal aid will be cut, but not where it hurts the silks**» («Да, оказание бесплатной юридической помощи будет прекращено, но не так, чтобы это вредило адвокатам»), идет речь о решении Британского правительства по прекращению оказания бесплатной юридической помощи. Дело в том, что до сих пор любой человек с низким доходом, нуждающийся в услугах адвоката, мог абсолютно бесплатно получить юридическую помощь. Адвокаты

и юристы, занимающиеся такими консультациями, получали скромное вознаграждение за свои услуги, поэтому многие стали попросту отказываться от такой работы. В связи с невозможностью существования таких контор было принято решение об их закрытии.

Автор статьи выражает свое беспокойство и непонимание данной ситуации, говоря, что безнравственно лишать малообеспеченных людей юридической поддержки, поскольку помощь юристов иногда может быть жизненно необходима. Очень часто одинокие многодетные матери, больные и престарелые люди нуждаются в защите на судебных заседаниях.

Автор в самом начале статьи использует высказывание «**The first thing we do, let's kill all lawyers**» («Первое, что мы сделаем, давайте убьем всех адвокатов»). Естественно, в данной статье имеется в виду не прямое значение шекспиризма, а переносное. Автор указывает, что это выражение всегда вызывает у публики смех и одобрительные возгласы. Однако отсутствие юристов, готовых оказать помощь малообеспеченным гражданам и, как следствие, закрытие бесплатных юридических консультаций не приведет к улучшению ситуации, поэтому нужно искать другие решения.

В данном случае, хотя в статье приводится имя Уильяма Шекспира, а также название пьесы – «Генрих VI», прецедентный феномен использован коннотативно, с учетом возможных смысловых трансформаций: спустя столетия та же проблема вновь оказывается нерешенной. Реализуются функции воздействия, паролльности и оценочная функция.

«What's worse than colonic irrigation? The know-alls queueing up to laugh at it» («Что может быть хуже орошения кишечника? Всезнайки уже собрались, чтобы посмеяться») – название следующей статьи, в которой был обнаружен шекспиризм.

Автор статьи повествует о различных методах похудения, которые используют желающие сбросить лишний вес. Среди них значится и орошение кишечника, что является, по словам автора, довольно неприятной процедурой. Необходимо отметить, что люди, советующие использовать в качестве метода

похудения орошения, уверены в чудодейственности и абсолютной пользе данного метода. Всем известно о постоянной интоксикации нашего организма, поскольку этому способствуют многочисленные факторы: загрязнение окружающей среды, искусственные пищевые добавки, отсутствие физической активности и др. И именно поэтому каждый ищет свой способ избавления от токсинов – кто-то питается простой пищей, кто-то сокращает количество выпитого, а кто-то проводит орошение кишечника.

В данной статье было использовано высказывание «**...who will not budge an inch**» («кто не уступит ни на йоту») из пьесы «Укрощение строптивой». Автор поясняет, что приверженцы некоторых религий и философских учений строго следуют собственным методам очищения организма и не готовы ни на йоту уступить друг другу. Тем самым создается впечатление о существовании противодействующих кланов, не принимающих оздоровительную тактику оппонентов.

В данном контексте шекспиризм использован коннотативно, без структурных трансформаций. Среди функций можно отметить воздействующую, экспрессивную и моделирующую.

В следующей статье, «A taste of the sublime» («Вкус прекрасного»), рассказывается о гастрономическом путешествии Лауры Бартон. Автор статьи, журналист, посещает различные страны в поисках необычных блюд. В тексте говорится о поездке в Париж, где, по признанию Лауры, без проблем можно найти новые гастрономические «фавориты». Так, во время поездки в город Лион на юго-востоке Франции, Лаура со своим товарищем попадает в один из ресторанов, который славится своими изысканными блюдами. Шеф-повар ресторана, профессионал своего дела, готовит невероятно вкусные блюда из морепродуктов с использованием местных овощей. Автор делится своими впечатлениями о каждом из представленных блюд и напитков, а также описывает входящие в них ингредиенты и способ подачи блюда к столу.

В данной статье использовано высказывание «**...a feast fit for the gods**» («...пиршество, достойное богов»), что является трансформированной версией

известного шекспиризма из пьесы о Юлии Цезаре «A dish fit for the gods» («Блюдо, достойное богов»).

Автор использует цитату из Шекспира для выражения восторга, который она испытала от французской кухни. Лаура также подчеркивает, что есть такие места, например, город Лион, куда можно отправиться только лишь для дегустации прекрасных блюд.

Шекспиризм в данном случае использован коннотативно, один из элементов высказывания заменен. Так, слово «dish» (блюдо) заменяется словом с более широким значением «feast» (пир, застолье), что приводит к смысловым трансформациям высказывания: не одно блюдо в Лионе достойно восхищения богов, а все, что предлагают посетителям ресторана.

Прецедентный феномен реализует экспрессивную, воздействующую и оценочную функции.

Высказывание «To be or not to be honest?» («Быть или не быть честным?») встретилось в статье с одноименным названием. Статья посвящена проблеме людей с ограниченными возможностями, которые пытаются устроиться на работу.

Автор приводит интервью с выпускниками университетов, которые столкнулись с трудностями во время прохождения собеседования при устройстве на работу. Людям с ограниченными возможностями здоровья приходится сталкиваться с выбором при встрече с потенциальным работодателем: быть честным и сообщить о своих особенностях или же оставить все в тайне. Многие предпочитают второй вариант, объясняя это тем, что так проще трудоустроиться, так как многие работодатели при обнаружении особенностей здоровья потенциального работника не хотят подписывать трудовой договор. Автор подчеркивает, что данная проблема требует особого внимания. Говорится о необходимости создания доверительных отношений между потенциальным служащим и работодателем, ведь именно так строится демократическое общество с равными для всех возможностями.

В данном случае шекспиризм «**to be or not to be**» из пьесы «Гамлет» используется коннотативно, с целью создания нового смысла. Автор обращается к знаменитой фразе для описания сомнений (дилеммы), которые испытывают люди с ограниченными возможностями при устройстве на работу, ведь становится понятно, что правда в данном случае может негативно сказаться на решении работодателя. Функции ПФ – воздействующая, моделирующая, оценочная.

«**Beware the Ides of March**» («Остерегайся Мартовских Ид») – название статьи, в которой нам встретился следующий шекспиризм. В тексте говорится о полной безнаказанности Израиля, проводящего преступную политику в отношении Палестины. Сразу после того, как американские и британские наблюдатели покинули территорию страны, израильянами было принято решение ввести свои войска на территорию Иерихона. Автор выражает полное недоумение по поводу реакции Запада в связи со сложившейся ситуацией. Ведь вместо того, чтобы осудить такие действия, западные страны предлагают Израилю свою поддержку.

В заголовок статьи включен шекспиризм «**Beware the Ides of March**». Необходимо отметить, что именно в «мартовские иды» был убит Юлий Цезарь. В одноименной пьесе Шекспира Плутарх за несколько дней предупредил Цезаря о том, что нужно опасаться смерти. Мартовские иды – это середина месяца (15 марта). Но Цезарь не прислушался к словам патриарха, и был убит.

Автор неслучайно выбрал данное высказывание, ведь статья датирована 16 марта, и в ней описываются события, произошедшие несколькими днями ранее, что как раз соответствует «мартовским идам». В данном случае прецедентное высказывание использовано коннотативно. Функции, реализованные в тексте – воздействующая, оценочная, экспрессивная.

В статье, озаглавленной «**Few leaders really know their enemies – 'Et tu, Brute?'**» («Не все политические лидеры действительно знают своих врагов. – И ты, Брут?»), речь идет о лидере британской лейбористской партии Джереми Корбине. Автор рассуждает о том, что лидер парламентской оппозиции может и не знать, кто из его соратников на самом деле является не другом, а врагом.

Ведь критика, которая звучит в адрес Корбина, может означать недовольство членов партии проводимой им политикой.

В заголовке данной статьи использован шекспиризм «**Et tu, Brute?**» («И ты, Брут?»). Согласно Шекспиру перед смертью Юлий Цезарь произнес именно эту фразу. Во время мартовских ид заговорщики, во главе которых был Брут, решают убить Цезаря. Важно, что среди заговорщиков были приближенные к полководцу, что является примером чудовищного предательства и коварства. Группой лиц было решено, что каждый нанесет ножевое ранения. После первых ударов Цезарь попытался отбиться от нападавших, но, увидев среди них Брута, воскликнул: «И ты, Брут?» и перестал сопротивляться, поняв, что его предал близкий друг.

Автор использует данное высказывание для того, чтобы провести параллель между событиями в пьесе и происходящим в Британской политике. А действительно ли государственные деятели знают своих врагов? Ведь возможно кто-то из соратников преследует лишь свои собственные корыстные цели, и может предать в любой момент.

Данный шекспиризм используется без структурных трансформаций, коннотативно: подобно Цезарю Джереми Корбин может не знать своих врагов и пострадать из-за предательства. Прецедентный феномен выполняет воздействующую, экспрессивную и моделирующую функции.

Статья под заголовком «**Racists know the game is up**» («Расисты знают, что игра окончена») повествует о взрыве автомобиля в Брик Лейн, в самом центре места проживания азиатской диаспоры в Лондоне.

Как говорится в статье, уже не первый раз расисты наносят удар по этническим меньшинствам. Сначала это было сообщество афроамериканцев в Брикстоне, сейчас это азиатское сообщество в центре восточной части Лондона. Автор выражает крайнее возмущение в связи со сложившейся ситуацией. Ведь всем известно, что Лондон – многонациональный город, где нет места для расовой борьбы. Подчеркивается значимость любого человека независимо от его этнической принадлежности. Автор повествует о том, что жители города сплю-

тились для помощи следствию в расследовании данного преступления. И каждый смог внести свою лепту в борьбу с расизмом.

В заголовке статьи использован шекспиризм «**Game is up**» («Игра окончена») из пьесы «Цимбелин». Включение данного высказывания позволяет автору убедить читателя в том, что война с расистами уже закончена, у них нет никаких шансов избежать наказания. Пусть некоторые британцы убеждены в исключительности своей нации и не желают мириться с другими народами, но эти барьеры лишь в их сознании. Автор порицает идеи расистов, которые уверены, что нужно сохранить «белую» Британию.

В данном примере прецедентное высказывание использовано коннотативно, но без структурных трансформаций. Благодаря использованию такой жесткой формулировки автору удастся убедить читателя в абсолютном проигрыше расистов, а метафора делает заголовок особенно экспрессивным. ПФ выполняет функцию воздействия, экспрессивную функцию и людическую.

В статье «*Marilyn Monroe's bones for sale*» («Кости Мэрилин Монро выставлены на продажу») также использован шекспиризм. В тексте рассказывается о том, что рентгеновские снимки и история болезни Мэрилин Монро были выставлены на аукцион. Шесть снимков, среди которых снимки черепа и грудной клетки, были проданы за колоссальную сумму. Они были сделаны пластическим хирургом Майклом Гурдиным перед подготовкой к операциям по изменению внешности звезды. Данный факт доказывает, что своей безупречной внешностью Мэрилин обязана работе хирургов.

Автор рассказывает, насколько она была поражена тем, что Монро делала пластические операции, ведь в 1950-х годах нужна была особая смелость для проведения такого рода вмешательств. Хотя медицина в то время уже была развита, такое направление как пластическая хирургия не получило особого распространения.

Как показало время, риск, на который пошла будущая звезда, был оправдан. Операции способствовали успешной карьере певицы и актрисы, сделав ее кумиром многих поколений американцев и жителей других стран.

В данной статье использовано высказывание «**I have not slept a wink**» («Я не сомкнула глаз»). Автор использовала данное выражение из произведения «Цимбелин», рассказывая, насколько она была впечатлена новостью о продаже рентгеновских снимков. Оказывается, несмотря на закон о врачебной тайне, интимные моменты жизни знаменитостей могут быть в любой момент представлены широкой публике.

Шекспиризм использован денотативно, хотя определенные смысловые трансформации присутствуют: автор на самом деле не сомкнула глаз, но для выражения своих чувств решила прибегнуть к помощи Шекспира.

Функции, которые в данном случае реализовывает прецедентный феномен – воздействия, экспрессивная.

Обратимся к последнему примеру. «Love against the odds in books, a Valentine's Day special» («Специально ко дню Святого Валентина: Любовь против любовных романов») – название статьи, в которой рассказывается о любовных романах и типичных сценариях развития событий в художественной литературе.

В данной статье использован шекспиризм «**The course of true love never did run smooth**» («Путь истинной любви никогда не бывает гладким») из произведения «Сон в летнюю ночь». По мнению автора, сюжеты любовных романов далеки от реальной жизни. В большинстве случаев любовные отношения – это рутина, все банально просто и неинтересно. Поэтому он считает, что шекспировская фраза неверна: «... “the course of true love never did run smooth”, but actually, it does».

Как указывает автор, в книгах описаны нешуточные страсти, которые с головой захватывают читателя. Аудиторию привлекает то, что людям приходится преодолевать некоторые трудности для построения отношений, что любовь всей жизни может жить где-то рядом, по соседству, а от ненависти до влюбленности – один шаг. Однако такие душещипательные сюжеты – это лишь уловки авторов, которые преследуют единственную цель – привлечь читателя.

В статье шекспиризм использован коннотативно, без использования структурных трансформаций. Прецедентный феномен реализует воздействующую функцию, экспрессивную функцию и функцию оценки.

Подводя итог данному исследованию, необходимо отметить следующее.

В данной работе было исследовано явление прецедентности на основе анализа особенностей использования шекспиризмов в заголовках и текстах статей, опубликованных в электронной версии газеты «The Guardian».

Как показал анализ практического материала, большинство шекспиризмов были обнаружены в текстах статей: 649 (86 %) примеров, в заголовках – 110 (14%). Однако даже те ПФ, которые были использованы авторами в тексте статей, часто выполняют экспрессивную функцию, делая высказывание более выразительным, образным, привлекательным для читателя.

В зависимости от способа использования прецедентных высказываний были получены следующие данные: коннотативно было использовано 452 шекспиризма (60 %), денотативно – 307 (40 %).

Также необходимо отметить, что из 452 высказываний, использованных коннотативно, в 420 (55 %) была сохранена форма, а в 32 (45 %) случае автор прибегнул к структурным трансформациям (как следствие, происходят и смысловые трансформации в высказывании). Наиболее часто используемыми трансформациями были замена 31 (97 %), усечение 20 (63 %) и добавление компонентов 14 (44 %). Замена компонентов – это, вероятно, наиболее приемлемый и продуктивный способ структурных трансформаций, приводящий неизменно к «созданию нового смысла».

Среди функций доминируют прагматическая, что объясняется высоким воздействующим потенциалом шекспиризмов (он особенно ярко проявляется в условиях британского культурного контекста); парольная – автор ориентируется на читателя, который хорошо знает произведения Уильяма Шекспира; реминисценции (фактически все цитаты оформлены кавычками, приведены с небольшим количеством структурных трансформаций, которые не затрудняют

распознавание ПФ в тексте). Далее следуют экспрессивная, оценочная, моделирующая.

В ходе выполнения поставленных во Введении задач было отмечено, что некоторые шекспиризмы используются чаще, чем остальные. К ним отнесены такие ПВ как «As good luck would have it», «In my mind's eye», «To be, or not to be: that is the question» и др. Несмотря на то, что к универсально-прецедентным высказываниям относится прежде всего фраза «быть или не быть», тем не менее, для британского читателя такой же степенью узнаваемости вероятно служат и два вышеприведенных ПФ, которые можно назвать национально-прецедентами.

Ниже представлена таблица, в которую включены наиболее часто используемые шекспиризмы.

Таблица 1 – Наиболее часто используемые шекспиризмы

№	Шекспиризм	Количество статей	% от общего числа статей
1	«To be, or not to be: that is the question»	45	6 %
2	«This above all: to thine own self be true»	35	5 %
3	«What a piece of work is man! how noble in reason! how infinite in faculty! in form and moving how express and admirable! in action how like an angel! in apprehension how like a god! the beauty of the world, the paragon of animals!»	29	4 %
4	«In my mind's eye»	56	7 %
5	«Forever and a day»	28	4 %
6	«Now is the winter of our discontent»	43	9 %
7	«But love is blind, and lovers cannot see»	41	5 %
8	«As good luck would have it»	75	10 %
9	«Beware the Ides of March»	35	5 %
10	«What 's done is done»	27	4 %

Таблица 2 –Рубрики, в которых использовались шекспиризмы

№	Сфера употребления	Количество шекспиризмов данного типа	% от общего числа шекспиризмов
1	Журналистика	2	0,3%
2	Образ жизни	106	14%
3	Культура	34	4,5 %
4	Кинематограф	29	3,8%
5	Кулинария	2	0,3%
6	Литература	93	12,3%
7	Наука	12	1,6%
8	Образование	4	0,5%
9	Общество	33	4,3%
10	Политика	110	14,5%
11	Спорт	61	8%
12	Театр	164	21,6%
13	Мода	5	0,7%
14	Бизнес	21	2,8%
15	Медиа	34	4,5%
16	Технологии	8	1%
17	Музыка	30	4%
18	Путешествия	11	1,3%

В задачи исследования также входил анализ особенностей использования шекспиризмов в различных рубриках газеты. Как показал анализ материала, к рубрикам, в которых чаще авторы используют шекспиризмы, можно отнести *театр* (21,6 %), *политику* (14,5 %) и *образ жизни* (14 %). Безусловно, объяснением того факта, что самой популярной рубрикой является театр, может служить источник шекспиризмов – пьесы Шекспира, которые используются и сегодня для театральных постановок. К наименее популярным рубрикам – *журналистику* (0,3 %), *кулинарию* (0,3 %) и *образование* (0,5 %).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе было исследовано явление прецедентности на основе анализа заголовков и текстов статей газеты «The Guardian». Изучение прецедентных феноменов является актуальным направлением современных исследований, так как известно, что апелляции к данным единицам частотны. Использование прецедентных феноменов позволяет сделать статьи и заголовки более экспрессивными, выразительными, привлекающими внимание читателя к материалу.

Целью проведенного исследования было выявление особенностей использования шекспиризмов в заголовках и текстах статей газеты «The Guardian».

В ходе исследования было изучено 1000 статей, в которых было обнаружено 759 случаев апелляции к шекспиризмам.

Большая часть шекспиризмов была использована коннотативно (60 %).

В рубрике *театр* было обнаружено больше всего шекспиризмов (21,6 %).

Большинство шекспиризмов были обнаружены в текстах статей.

Среди функций преобладает прагматическая.

Из 452 высказываний, использованных коннотативно, в 55% случаев была сохранена форма, а в 45% случае автор прибегнул к структурным трансформациям. Наиболее часто используемыми трансформациями были замена 31 (97 %), усечение 20 (63 %) и добавление компонентов 14 (44 %).

На современном этапе развития общества использование прецедентных феноменов в сфере средств массовой информации открывает множество перспектив для исследований, так количество материала постоянно увеличивается. В зависимости от ситуации в мире меняются тенденции в употреблении прецедентных феноменов, а также меняется их число. Исходя из всего вышесказанного, можно предположить, что тема прецедентности останется актуальной.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Алексеева, М. С. Прецедентные феномены в интернет-рекламе предприятий малого бизнеса [Электронный ресурс] / М. С. Алексеева. – Нижний Тагил, 2009. – Режим доступа : <http://cognitiv.narod.ru/diss.html>. – 20.05.2014.
- 2 Ахманова, О. С. К вопросу о фразеологической сочетаемости и путях ее изучения / Ахманова О. С., Медникова Э. М., Григорьева С. А. // К вопросу о фразеологической сочетаемости и путях ее изучения. – Вологда : Классика, 1978. – 206 с.
- 3 Балли, Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка / Ш. Балли. – М. : Изд-во иностранной литературы, 2001. – 307 с.
- 4 Бриченкова, Е. С. Прецедентные высказывания в русскоязычном публицистическом дискурсе и их место в преподавании русского языка как иностранного / Е. С. Бриченкова. – М., 2007. – 214 с.
- 5 Виноградов, С. И. Культура русской речи / С. И. Виноградов. – М. : НОРМА-ИНФРА, 1999. – 311с.
- 6 Галиева, Э. Ю. Прецедентные тексты в публицистике: материалы междунар. науч. конф. / Э. Ю. Галиева, Р. Р. Зиннатова. – Уфа : Лето, 2011. – 270 с.
- 7 Гальперин, И. Р. Очерки по стилистике английского языка / И. Р. Гальперин. – М. : Издательство литературы на иностранных языках, 1958. – 462 с.
- 8 Голубева, Н. А. Слово. Текст. Дискурс. Прецедентные единицы. / Н. А. Голубева. – Нижний Новгород : НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2009. – 401 с.

- 9 Гордеева, Е. А. Прецедентные феномены в скриптах американских фильмов / Е. А. Гордеева, Т. Ю. Ма // Вестник Амурского государственного университета. – 2009. – Вып. 46 : Сер. Гуманитар. науки. – С. 86-90.
- 10 Гудков, Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации : учеб. пособие / Д. Б. Гудков. – М. : Гнозис, 2003. – 288 с.
- 11 Дмитриева, О. А. Механизм восприятия прецедентного текста / О. А. Дмитриева. – Волгоград : Перемена, 1996. – 115 с.
- 12 Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) : моногр. / Т. Г. Добросклонская. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
- 13 Засурский, Я. Н. Средства массовой информации постсоветской России: учеб. пособие / Я. Н. Засурский. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 215 с.
- 14 Захаренко, И. В. К вопросу о каноне и эталоне в сфере прецедентных феноменов. : учеб. пособие / И. В. Захаренко. – М. : Филология, 1997. – 245 с.
- 15 Земская, Е. А. Русский язык конца XX столетия / Е. А. Земская, В. Л. Воронцова, М. Я. Гловинская // Издание 2-е, стер. – М. : Языки русской культуры, 2000. – 478 с.
- 16 Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность : учеб. пособие / Ю. Н. Караулов. – М. : ЛКИ, 2007. – 264 с.
- 17 Козырев, В. А. Образовательная среда. Языковая ситуация. Речевая культура / В. А. Козырев, В. Д. Черняк. — СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2007. — 171 с.
- 18 Костомаров, В. Г. Как тексты становятся прецедентными : учеб. пособие / В. Г. Костомаров, Е. Д. Бурвикова. – М. : Филология, 1994. – 320 с.
- 19 Красных, В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? : учеб. пособие / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2003. – 375 с.
- 20 Красных, В. В. Система прецедентных феноменов в контексте современных исследований / В. В. Красных. – М.: Язык, сознание, коммуникация, 1997. – 214 с.

21 Крысин, Л. П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике / Л. П. Крысин. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 888 с.

22 Кузьмина, Н. А. Интертекстуальность и прецедентность как базовые когнитивные категории медиадискурса [Электронный ресурс] / Н. А. Кузьмина ; Медиаском. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ. – Москва, 2011. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/755> – 15.11.2014.

23 Кузьмина, Н. А. Интертекст и его роль в процессах эволюции поэтического языка / Н. А. Кузьмина. – Екатеринбург : ОмГУ, 1999. – 268 с.

24 Кузьмина, Н. А. Интертекст: тема с вариациями. Феномен культуры и . в интертекстуальной интерпретации / Н. А. Кузьмина. – Омск: ОмГУ, 2009. – 228 с.

25 Кунин, А. В. Фразеология современного английского языка / А. В. Кунин. – М. : Международные отношения, 1996. – 224 с.

26 Кушнерук, С. Л. Сопоставительное исследование прецедентных имен в российской и американской рекламе : дис. ... канд. фил. наук : / С. Л. Кушнерук. – Екатеринбург, 2006. – 213 с.

27 Мамонтов, А. С. Ознакомление с культурой через язык: лингвокультурология – составная часть процесса обучения межкультурной коммуникации / А. С. Мамонтов, Э.Г. Азимов, Н.Б.Кулибина // Методика преподавания русского языка как иностранного (лекции, методические разработки к урокам). – М., 2008. – 318 с.

28 Маслова, В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. – М. : Академия, 2001. – 201 с.

29 Нахимова, Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации [Электронный ресурс] : моногр. / Е. А. Нахимова. – М., 2001. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics2/nakhimova-07a.htm>. – (дата обращения: 21.05.2014).

- 30 Сандрикова, Е. А. Газета на уроке русского языка как иностранного: прецедентные высказывания в заголовках / Е. А. Сандрикова // Учебное пособие по чтению газетных текстов в иностранной аудитории. – СПб. : Сударыня, 2005. – 69 с.
- 31 Семенец, О. П. Прецедентный текст в языке газеты: динамика дискурса 50-90-х годов / О. П. Семенец. – СПб. : Слово, 2004. – 240 с.
- 32 Сидоренко, К. П. Немотивированное цитирование / К. П. Сидоренко, В. Д Черняк // Слово. Семантика. Текст: Сб. научных трудов, посвященных юбилею проф. В. В. Степановой. – СПб. : Слово, 2002. – 56 с.
- 33 Сиротинина, О. Б. Основные критерии хорошей речи / О. Б. Сиротина. – Саратов : Хорошая речь, 2001. – 55 с.
- 34 Слышкин, Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г. Г. Слышкин. – М. : Академия, 2009. – 128 с.
- 35 Слышкин, Г. Г. Парольный потенциал прецедентных текстов / Г. Г. Слышкин // Языковая личность: аспекты лингвистики и лингводинамики : Сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 1999. – 79 с.
- 36 Смыкунова, Н. В. Прецедентные феномены в речевом общении русской языковой личности и процессе обучения русскому языку как иностранному: Автореф. дис. ...канд. пед. наук / Н. В. Смыкунова. – М., 2003. – 113 с.
- 37 Сорокин, Ю. А. Цитаты как знаки прецедентных текстов / И. М. Михалева // Язык, сознание, коммуникация : Сб. статей. – М., 1997. – Вып.2. – 252 с.
- 38 Стеценко, Н. М. О соотношении понятий текст – медиатекст – медиадискурс / Н. М. Стеценко // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – М. : Филология, 2011.– 398 с.
- 39 Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособие / С. Г. Тер-Минасова. – М. : СЛОВО, 2000. – 263 с.
- 40 Уорелл, А. Дж. Английские идиоматические выражения / А. Дж. Уорелл. – М. : Художественная литература, 1999. – 112 с.

41 Черногрудова, Е. П. Механизмы понимания заголовков современных газет с прецедентными текстами (ПТ) / Е. П. Черногрудова // Русистика и современность. Материалы VII международной научно-практической конференции «Русистика и современность». – Воронеж : Научная книга, 2005. – 243 с.

42 Чудинов, А. П. Современная политическая коммуникация : учеб. пособие / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т., 2009. – 292 с.

ИСТОЧНИКИ

43 TheGuardian.com: Интернет издание [Электронный ресурс] // Гардиан : офиц. сайт. – 05. 06. 2014. – Режим доступа: <http://www.theguardian.com>. – 12.05.2016.

СЛОВАРИ

44 Жуков, А. В. Современный фразеологический словарь русского языка / А. В. Жуков. – М. : Астрель, 2009. – 567 с.

45 Литвинов, П. П. 3500 английских фразеологизмов и устойчивых словосочетаний / П. П. Литвинов. – М. : Астрель, 2007. – 288 с.

46 Кунин, А. В. Большой англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – М. : Русский язык, 1984. – 944 с.

47 Свободная Интернет-энциклопедия Wikipedia [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <http://en.wikipedia.org>. (дата обращения : 03.05. 2015).

48 АBBYU Lingvo 11 Многоязычная версия [Электронный словарь] /АBBYU Software: офиц. сайт. – 2010. – 1 CD-диск.

49 Longman Dictionary of Contemporary English. – Edinburgh. : Pearson Education Limited, 2005. – 1950 с.