

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО КубГУ)

Кафедра английской филологии

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГЭК

Заведующий кафедрой
д-р филол. наук, проф.
_____ В.И. Тхорик
_____ 2017 г.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
БАКАЛАВРА**

КИНОДИСКУРС КАК ИСТОЧНИК ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ

Работу выполнила _____ Н.Н. Глоба
(подпись, дата)

Факультет _____ романо-германской филологии _____

Направление _____ 45.03.01 Филология _____

Научный руководитель
канд. филол. н., доцент. _____ Т.Ф. Лимарева
(подпись, дата)

Нормоконтролер
д-р филол. наук, проф. _____ В.И. Тхорик
(подпись, дата)

Краснодар 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Термин прецедентный текст.....	6
1.1 Классификация прецедентных феноменов.....	9
1.2 Функции прецедентных текстов.....	12
1.3 Определение кинотекста.....	17
1.4 Способы применения прецедентных текстов.....	19
1.5 Сфера употребления прецедентных текстов	23
2 Кинотекст и его функционирование в кинематографе.....	26
2.1 Вертикальный контекст.....	26
2.2 Стилистический прием аллюзия.....	33
2.3 Крылатые фразы кинематографа как прецедентные тексты.....	41
Заключение.....	49
Список используемых источников.....	52

ВВЕДЕНИЕ

В современном языкознании, исходящем при анализе языковых явлений из лингвокультурологической парадигмы, всё актуальнее становится понятие интертекстуальности, или прецедентного феномена. Данная работа посвящена анализу прецедентных единиц в кинодискурсе. И в следующем исследовании будет предпринята попытка показать полифункциональность прецедентных текстов в кино пространстве. Выполняя информативную, оценочную, прогнозирующую и эстетическую функции, прецедентные тексты являются как одним из средств накопления научного знания, так и средством воздействия на адресата.

Важно отметить, что прецедентные тексты являются важной составляющей национальной культуры любой страны и остаются в центре научного интереса уже в течение нескольких десятилетий. Они описываются лингвистическими теориями прецедентности и интертекстуальности, изучаются с точки зрения механизма метафоризации и функционирования в различных дискурсах, рассматриваются в области таких дисциплин, как лингвокультурология и межкультурная коммуникация. Прецедентные тексты, безусловно, были освещены как в отечественных, так и зарубежных работах по лингвистике, им посвящены многочисленные и разносторонние исследования.

Данная тема была выбрана в качестве исследования в связи с неоспоримо возросшей сегодня популярностью кино, которое и приносит в лингвистическое пространство все больше и больше прецедентных феноменов, появляющихся из названий крупных телевизионных проектов, фильмов, книжных заглавий, имен политиков и общественных деятелей.

Цель настоящего исследования – детальное рассмотрение понятия прецедентного текста (прецедентных феноменов) и всех их составляющих, а также анализ актуализации категории прецедентности в кинотексте.

Для достижения поставленных целей в данной работе ставятся следующие задачи:

- Дать четкое определение понятию прецедентные тексты
- Всесторонне представить многообразие классификаций ПФ;
- Дать определение понятию кинотекст, обосновать его статус, определить его функции, свойства и роль в жизни современного индивидуума;
- Осуществить инвентаризацию средств выражения прецедентности языковой личностью и разработать типологию прецедентных феноменов.
- Детально рассмотреть понятие вертикальный текст, способ и сферу его применения
- Выявить роль аллюзии в кинотексте
- Провести исследование и опрос для выяснения роли ПТ в жизни и речепроизводстве современной молодежи.

Объект исследования – массмедийное пространство, средства и способы репрезентации прецедентных текстов в кинодискурсе.

Предмет исследования – современные прецедентные тексты, феномены в сфере кино.

Актуальность исследования обусловлена научным интересом к явлению прецедентности в киноиндустрии, которая занимает важное место в дискурсивной парадигме языка, а также набирает популярность в современной сфере изучения понятия интертекстуальности.

Теоретической основой исследования послужили работы крупных ученых, таких как Ю.Н. Караулов, Г.Г. Слышкин, И.В. Захаренко, В.Г. Гак, Т.Г. Добросклонская, И.М. Дзялошинский, Г.Я. Солганик, Н.Ф. Алефrienко, А.Е. Супрун, Э.М. Аникина, И. В. Арнольд, А.В. Кунин, Ю.С. Бернадская, Н.В. Коноплев и Е.Ф. Арсентьева. А. С. Десницкий, А. С. Драпалюк, А. А. Журбин, Е. Н. Золотухина, Ю. Н. Караулов, В. Г. Костомаров, В. В. Красных, Е. А. Нахимова, Е. А. Попова, А. М. Чокою.

Практическим материалом для исследования выступили художественные, рекламные тексты, публицистических статей, экранизации и театральные постановки, исследование официального статистического агентства Евросоюза – Евростат и статьи из газеты The New York Times (около 60 единиц), а также опрос, проведенный среди студентов КубГУ.

1 ПРЕЦЕДЕНТНЫЙ ТЕКСТ

1.1 Понятие прецедентного текста

В представленной работе “Роль ПТ в структуре и функционировании языковой личности” на одном из Международных конгрессов преподавателей русского языка и литературы в 1986 году Ю.Н. Караулов впервые использовал представленный в нашей работе научный термин прецедентного текста, который впоследствии и стал использоваться в научной практике. Ученый определяет данную разновидность текста как “важные для какой-либо личности в смыслах как познавательном, так и эмоциональном, которые имеют сверхличностный характер, т.е. общеизвестные для обширного окружения данного индивида, а также его предшественников и современников, и такие, обращение к которым возобновляется неединожды в дискурсе данного языкового индивида”. (Караулов Ю.Н. Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности. С. 105)

Лингвист Г.Г.Слышкин рассматривает ПТ более широко, не учитывая ограничения, которые конкретно выделяет Ю.Н.Караулов. Речь идёт о количестве носителей ПТ. Согласно Слышкину можно выделить две главные группы ПТ: предназначенные для использования в крайне узком кругу общения для малых социальных групп (семейный ПТ, либо ПТ группы студентов и т.д.) тексты, превращающиеся в прецедентные на достаточно небольшой период времени, они незнакомы тем, кто являлся предшественниками данного языковой феномена и исчезают из употребления гораздо раньше, чем сменится поколение носителей языка (к примеру, реклама или объявление).

Тем не менее, во время своей непосредственной актуальности и прецедентности эти тексты являются сравнительно ценностными и

значимыми, а реминисценции, основанные на них, (от позднелатинского *geminiscentia* – воспоминание) нередко используются в дискурсе выделенного временного периода. Следовательно, по мнению Г.Г. Слышкина, ПТ можно обозначить любой объясняющийся цельностью и связностью ряд знаковых единиц, который обладает ценностной значимостью для какой-либо конкретной культурной группы. Прецедентным может являться текст любого объема: от идиомы или пословицы до эпоса. ПТ может состоять как из вербального компонента, так и из изображения или же видеоматериала (плакат, комикс, кинофильм). Частые отсылки к тексту во время выстраивания новых текстов в виде реминисценций и приходится показателями ценностного отношения к приведенному тексту и, соответственно, к его прецедентности.

Согласно Г.Г. Слышкину можно выделить основные группы ПТ:

- макрогрупповые
- национальные
- микрогрупповые
- цивилизационные
- общечеловеческие

Стоит обратить внимание на тот факт, что класс индивидуальных ПТ не является частью приведенной классификации.

ПТ важно рассматривать в контексте определенного исторического процесса, и, в этом смысле, они непосредственно объединены с феноменом жизненной идеологии (вся общность жизненных переживаний и жизненных выражений, связанных с ними). Именно жизненная идеология выводит произведение в определенную социальную ситуацию. Произведение соединяется со всем содержанием сознания воспринимающих, интерпретируется в свете определенного содержания и абсолютно по-новому им определяется.

Структура национальных ПТ кардинально меняется под влиянием изменений жизненных идеологий той или иной нации, причем процесс этот происходит непрерывно. Более старые тексты вытесняются и на их месте появляются более новые. Не один только состав ПТ подвергается влиянию идеологий, поскольку также меняется и отношение к способу их функционирования в дискурсе. К примеру, во время глобальной демократизации в литературе в 1860-1870х годах очень популярны были пословицы, поговорки, фразеологизмы в заглавиях романов и рассказов. Хотя ранее такие заглавия были уместны лишь в сочинениях драматического жанра. Тосты – один из самых важных в культуре Грузии жанров, изобиловали при СССР цитатами из молитв и различных религиозных текстов. По мнению исследователей, такая тенденция закрепилась вследствие нежелания следовать общепринятому режиму и являлась результатом умственного сопротивления, стремления обособиться и усилить целостность собственной культуры. Подобная параллель существует и с фашистской Германией, где присутствовала традиция называть новорожденных детей именами, имеющими ассоциацию с «Песней о Нибелунгах».

ПТ в современном мире это не только один из факторов осмысления, осознания культуры, но также и сложным социокультурным феноменом современной реальности. Он, прежде всего, направлен на объективацию всего нового в культуре как непосредственная часть устанавливающегося социокультурного порядка, формообразующее начало социокультурной реальности и одно из оснований культуры. В рамках современности прецедент интерпретируется конкретно историческим, индивидуальным (авторским) событием, которое принято в определенной культуре и способствует формирования традиции. Прецедент воспринимается в качестве способа сохранения преемственности культуры, а также позиционирования ее как опоры на достижения прошлого, репрезентации найденного до этого, измененного апробированного образца сейчас и в

будущем. Поиск, формулировка найденного прецедента совпадают с его осмыслением, освоением, с развитием способности человека к познанию, формированию других смыслов, в использовании накопленного богатства сложившейся культуры для формирования новых знаний, теоретического конструирования, осмысления общественных процессов. Во время исследования максимально важных явлений прошлого проявляются отрывки передачи культуры от одного поколения к другому. Мы видим прецедент как форму трансляции социального опыта, который представляется с помощью усваивания культурных ценностей и поведенческих образцов, а не только через освоение материального мира. Все актуальные культурные новшества проявляются как ПФ, как предпосылка будущих мыслительных операций и, в конце концов, формулировки решений максимально эффективно.

1.2 Классификация прецедентных феноменов

«Прецедентный феномен» – понятие достаточно обширное, поэтому лингвистами приняты некоторые классификации. Рассмотрим некоторые из них.

I. По средствам выражения:

a. Вербальные;

b. Невербальные:

1. Произведения живописи (так, можно апеллировать картине Леонардо Да Винчи «Джоконда» – иметь улыбку Моны Лизы значило бы проявить загадочную и едва уловимую эмоцию);

2. Произведения архитектуры (например, назвать человека «Биг Беном» будет равносильно указанию на его высокий рост);

II. По социальной значимости распространения (классификация принадлежит Г. Г. Слышкину):

а. Социумно-прецедентные феномены: прецедентные феномены, известные определенному, как правило, не очень большому кругу людей. В свою очередь делятся на:

i. Макрогрупповые (однотруппники, рабочий коллектив);

ii. Микрогрупповые (как правило, семья).

б. Национально-прецедентные – феномены, известные и понятные представителям целой нации. Часто, в разных мировых культурах прецедентные феномены совпадают и передают почти равный смысл и оценочные суждения. Так, «Шрек» - полный, но добродушный человек, в то время, как «Карлсон» - тоже полный, но в России он, скорее, положительный герой, а в Швеции (родной стране) воспринимается как отрицательный персонаж (мужчина средних лет, без постоянной работы и с весьма шаловливым складом мысли).

с. Универсально-прецедентные либо цивилизационные – феномены, известные и понимаемые во всем мире, так же входящие в универсальное когнитивное пространство. Часто к этому виду прецедентных феноменов относят события, потрясшие весь мир: террористический акт 11 сентября, ураган Катрина, взрыв на Чернобыльской АЭС. Даже без сопроводительного комментария станет ясно, о чем идет речь.

III. По тематическим группам:

а. Прецедентный текст – законченный и самодостаточный результат речевой деятельности, (поли)предикативная единица. Прецедентный текст является хорошо известным любому среднему представителю национально-культурного сообщества, апелляция к нему может происходить в том числе и через прецедентные имена и высказывания. К прецедентным текстам следует отнести произведения художественной литературы («Gone with the wind», роман, написанный Маргарет Митчелл, повествующий о крепкой любви на фоне Первой мировой войны), тексты реклам, песен («And when the broken-

hearted people, Living in the world agree...» в этом случае приведена цитата из песни группы The Beatles «Let it be»), публицистических статей.

b. Прецедентная ситуация, по мнению И. В. Захаренко (Захаренко И.В. К вопросу о каноне и эталоне в сфере прецедентных феноменов. Язык, сознание, коммуникация. - Вып. 1. М., 1997.)

– «некая эталонная» ситуация, связанная с набором определенных коннотаций, дифференциальные признаки которой входят в когнитивную базу.

c. Прецедентное имя – персональное имя, связанное или с широко известным текстом, или с ситуацией, известной носителям языка и выступающей как прецедентная. В качестве примера можно привести героев трагедии Шекспира – Ромео и Джульетту, чьи имена стали прецедентными и используются, как правило, для придания определенного смысла ситуации (чаще всего, дело касается любви, которой по силам преодолеть все преграды).

d. Прецедентное высказывание – репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности; законченная и самостоятельная единица, которая может быть или не быть предикативной; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу. В качестве одного из основных признаков прецедентного высказывания можно выделить тот факт, что оно входит в когнитивную базу как таковое, и часто употребляется в речи носителей того или иного языка. К прецедентным высказываниям принадлежат различные цитаты из текстов («To be or not to be? – Быть или не быть?», Шекспир), а также пословицы («To pull the devil by the tail – Биться, как рыба об лед») и крылатые выражения («Fools grow without watering» Th. Fuller – Дураки растут без полива).

Однако, заметим, что в национальном сознании хранится не прецедентный феномен как таковой в полном ситуативном представлении, сколько инвариант его когнитивного восприятия. Другими словами, не

важно, насколько разным восприятием одного и того же объекта, ситуации, явления могут обладать разные люди (принадлежащие одной культуре), существует один, общий для всех членов данного культурного сообщества, инвариант прецедентного феномена. Таким образом, один человек может расценивать Джеймса Бонда (героя одноименного полнометражного фильма) как успешного человека, красиво проживающего жизнь, для другого более важным станет факт, что этот киногерой – секретный агент. Однако инвариантом данного прецедентного имени в этом случае будет служить образ состоятельного ловеласа, занимающегося опасной работой, потому, что именно он хранится в коллективном сознании и актуализируется в общении.

Равносильно и за прецедентным текстом будет стоять инвариант его восприятия, выражаемый, чаще всего, в одобрении либо неодобрении экранизации или театральной постановки. В качестве примера можно привести экранизацию романа Натаниэля Готорна «Алая Буква» (роман был выпущен в 1850, фильм снимался в 1995 году, в главных ролях Дэми Мур, Гэри Олдмен и Роберт Дюволл) – участник многих списков худших экранизаций. Так, по мнению интернет-порталов totalfilm.com, bibliofiend.com, rajiba.com, «Алая буква – худшая экранизация из когда-либо сделанных», «фильм отличается крайне вольным прочтением литературного произведения» и «типично голливудским счастливым концом». По мнению источников, приведенных выше, фильм 1975 года «Пролетая над гнездом кукушки», является одной из лучших адаптаций, благодаря «удачному подбору актеров» и «их в полной мере раскрывшихся талантах» (фильм был награжден премией «Оскар» в номинации лучший фильм и лучший адаптированный сценарий).

Здесь также стоит отметить разницу между вербализуемыми (прецедентный текст и прецедентная ситуация) и вербальными прецедентными феноменами. К числу последних относятся прецедентное имя и прецедентное высказывание: они имеют четко фиксированную форму

и относятся скорее к лингвокогнитивным феноменам (в отличие от текста и ситуации, которые хранятся в национальном мышлении как иные варианты восприятия).

1.3 Функции прецедентного текста

ПФ являются явлением полифункциональным, с помощью которого появляется возможность переосмысления текста и наполнения его новыми смыслами. Научные деятели такие как А.Е. Супрун (Супрун А.Е. Введение в славянскую филологию. Минск : Высш. шк., 2009.- 480 с). полагают, что ПФ играют определяющую роль при выполнении эстетических, кумулятивных и исторических задач.

Также Г.Г. Слышкин позиционирует четыре главных функции ПФ:

1. Номинативная, задачей которой является название и вычленение элементов действительности и выстраивание понятий о них.

«[...] время было к обеду, и кладовщика уже вряд ли бы нашли какие-нибудь Шерлок-Холмсы» [Гладилин].

2. Персуазивная, т.е. цель которой, убеждение партнера по коммуникации в правильности своего мнения (авторитетная ссылка).

«– Грешен! – охотно согласился отец Евгений. – Но покаюсь, и Бог простит... К тому же, Господь наш Иисус Христос позволял и себе быть во гневе. Это когда бичом изгонял нечестивцев из храма. Гнев сей праведен...

– Иисус торговцев изгонял, насколько я знаю... А я тебе не фарцовщик, а сотрудник правоохранительных органов...» [Крапивин].

3. Людическая, выражает игровые ссылки к концептам ПТ и зачастую используются начале общения, когда необходимо завязать разговор и наладить контакт. Такая функция позволяет задать тональность последующему общению.

«Я пришел к тебе с приветом, рассказать, что солнце встало, что оно горячим светом по чему-то там затрепетало...» [Ильф, Петров].

4. Парольная, выступает в роли распознавателя «своих» и «чужих», «плохих» и «хороших».

«– Как ты не понимаешь – он просто страшный! [...] Он похож на Урию Гипа.[...].

Я притворился, что знаю, кто такой Урия Гип, и сказал многозначительно:

– А-а.

Но Катю провести было далеко не так просто!»

[Каверин].

По словам Аникиной Э.М., главной функцией использования всех вариантов ПФ можно назвать смыслопорождающую функцию, поскольку ее основная и главная цель – создать новый смысл. Итак, выполнение конкретного назначения можно достигнуть с помощью:

– выражения непосредственно отношения автора и его позиции;

– убеждения;

– ретроспекции (ссылка на события в прошлом) и аккумуляции важной для читателя информации;

– коммуникации (в нее включены игра слов и парольное обращение к ПФ).

(Волегжанина, И.С., Аникина, Э.М. Научная конференция: путь к эффективной презентации : Учебное пособие. – Новосибирск, изд-во СГУПС. – 2010. – 73 с.)

В приведенном выше списке были выделены отдельные способы функционирования, т.е. вариации достижения этой цели. Смыслообразующая функция также может быть определена как первичная, и соответственно, способы функционирования будут определены как вторичные функции.

Понятие «модальность» стоит применить, в первую очередь, для того, чтобы сопоставить ПТ с различных точек зрения: взаимодействие авторского и «чужого» слова (которое понимается в качестве оценочного отношения

субъекта речи, и, соответственно, через него и автора) с реальностью, выраженное с помощью сторонних высказываний и при диалоге с ним.

Текстуальная модальность - явление субъективное по сравнению с лингвистическим пониманием его как грамматической или семантической категории. Такая модальность зачастую является результатом проявления контраста к элементам объективного отражения реальности.

Например:

«I have always had terrible teeth, much worse than any of my siblings. As an adult, I have been fitted with more crowns than the Hapsburg dynasty, and I have celebrated many a wondrous event - my 30th birthday» (The NYT 2003, Sept. 30).

В приведенном выше отрывке из газетной статьи автор сопоставляет зубным коронкам короны династии Габсбургов. Поэтому мы можем проследить авторскую иронию на тему собственных зубов.

Также ПТ зачастую используются для ретроспекции или аккумуляции информации, и в то же время автор отмечает саму прецедентную ситуацию. Такое использование ПТ актуализирует и расширяет багаж ассоциаций реципиента. К примеру, «Our Lady of Sorrow» – так звучит первая глава произведения Уолли Лэмба. Поначалу можно сделать вывод, что Лэмб просто иронизирует над главной героиней, хотя так это является непосредственной прямой отсылкой к имени Иисуса Христа, употребленное в Библии (the Man of Sorrows). Это человек, который многое пережил и прошел через немало страданий. Итак, перед нами иллюстрация случая, где прецедентное имя функционирует двояко: сначала позволяет выйти за пределы одной книги, и в то же время показывает авторскую позицию по отношению к протагонисту его романа, а именно уважение к ней.

Коммуникативная цель при использовании прецедентного явления проявляется тогда, когда ПТ выступает в роли своеобразного «пароля» во время передачи «кода» в общении. Ее можно отследить в случае, если отсылки к каким-либо текстам в представленном тексте направлены на

определенного адресата, способного выявить и распознать интертекстуальную ссылку, или более того, оценить выбор данной ссылки и правильно понять причину выбора этой ссылки, интенцию автора и уместность ее в тексте. Такую цель можно выполнить в основном при помощи различных девизов, лозунгов, фраз, которые задействованы в СМИ, рекламных объявлениях или баннерах, кино и используются также и в устной речи.

1) "Do you know the movie "The Truman Show"?" he asked. I said that I did. "That is what we live every day." (The American Spectator, September / October 2015).

2) "Sodom" Hussein's Iraq (NYT 2012, Dec. 01).

В первом примере стоит отметить, что мысль была предельно ясна при разговоре только по названию даже без объяснения содержания фильма («The Truman Show»); также благодаря данному прецедентному явлению удалось установить контакт (или передана мысль). Второй пример является иллюстрацией обыгранного имени Саддама Хусейна и древнего города Содом с целью объяснения ужасов, происходящих в Ираке при его правлении.

И, безусловно, цели «убеждение», то она выполняется практически всегда, если автором используются прямые, «закавыченные» или скрытые цитаты.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что цитирование является не только дословным или измененной репрезентацией какого-либо отрывка из другого текста в художественной речи, но и также подтверждение выражаемых мыслей ссылкой на весомое высказывание, максимально ясная постановка мысли и ценный иллюстративно-фактический материал.

1.4 Определение кинотекста

Крайне часто в литературе появляется такой термин, как «кинотекст». Ю.М. Лотман, Ю.Г. Цивьян, Ю.Н. Усов, А.В. Федоров, Е.Б. Иванова и некоторые другие исследователи изучали произведения киноискусства через призму текста. Ю.Г. Цивьян пишет: «В определенном приближении любой фильм можно определить как дискретную последовательность непрерывных участков текста. Назовем эту последовательность кинотекстом. Непрерывные сегменты кинотекста будем называть кадрами. ... Кинотекст – это цепочка ядерных кадров. ... Таким образом, некое сообщение, присущее кинотексту, может быть выявлено лишь после рассмотрения не менее двух ядерных кадров и выяснения, какой именно из типов присоединения они выполняют». (Цивьян Ю.Г. К метасемиотическому описанию повествования в кинематографе / Тартуский гос. ун-т; вып. 641. С. 109-121)

Существует две основные составляющие лингвистической системе кинотекста. Одной из них является письменный аспект, к которому относятся титры, надписи, плакаты, топографические названия, письмо, записка и т.д.), вторым составляющим является устный аспект, а именно звучащая речь актеров, текст за кадром, песня и т.д., отраженные с помощью символических знаков – слов естественного языка индивида.

Большая часть исследователей определяют слово как наиболее типичный и значимый культурно случай условного знака. «Когда связь с выражением и содержанием внутренне не мотивированна, такие знаки можно отнести к условным».

Различные коннотации и значения зачастую могут быть замечены в структуре значения слова. «Коннотативное значение рождается в тот момент, когда означающее и означаемое формируют пару, которая в то же время становится означающим нового означаемого».

Выдающийся лингвист Р. Барт в области семантики изображения параллельно со словом выявляет денотативные и коннотативные значения.

Касательно нелингвистической системы кинотекста стоит отметить два вида знаков: иконические и индексальные знаки. В этой системе также присутствует звуковой элемент, а именно естественные шумы (дождь, ветер, шаги, голоса животных и птиц), технические шумы и музыка. Индексальными знаками можно назвать, как и документальные элементы в художественном кинотексте, естественные шумы и звуки. Более того, люди, животные, фантастические существа, предметы – все это входит в видеоряд – иконические или индексальные знаки, являющиеся частью нелингвистической системы. Они выполняют цепочку действий, тоже являющимися иконическими или индексальными знаками, например, мимика, пантомимика, предметные манипуляции, разнообразные перемещения и другие действия, как взрывы, крушения и природные катаклизмы, выполняемые с использованием спецэффектов). Все упомянутое выше составляет основную лексику кинематографа как такового или единицы кинотекста.

Если рассматривать понятие «текст» с точки зрения семиотики, то его можно определить как осмысленную последовательность каких-либо знаков, любую форму коммуникации, включая обряды, танцы, ритуалы и т.п.

Понятие знака здесь выступает в качестве выраженной материально подмены предметов, явлений и понятий в процессе информационного обмена в социальной группе. Говоря иными словами, как естественный, так и язык разных видов искусств могут выступать в роли репрезентанта текста культуры.

Определением текста в широком смысле можно считать любой материальный предмет, при условии, что в генезисе этого текста принимала участие, к примеру, одежда, картина, произведение архитектуры и т.п., а именно, человеческая субъективность. Также лингвисты выделяют

семиотическую неравномерность текста, а его элементами могут выступать невербальные части, к примеру, изображение, добавленные к вербальной репрезентацией для того, чтобы усилить процесс передачи смысла.

Именно поэтому вербальное выражение в кинотексте (и непосредственно в тексте) проявляется в различных надписях, которые являются элементами интерьера или реквизита, то есть области вещей, находящихся в окружении героев кино. Итак, к вербальному выражению можно отнести записки, письма, названия улиц и номера домов, названия ресторанов, кинотеатров и других заведений, объявления, афиши, лозунги.

1.5 Способы применения прецедентных текстов

Существует два способа использования прецедентных текстов как источника языковой игры в современных: дословное воспроизведение прецедентного текста и трансформация его.

Способы применения ПТ лучше всего рассмотреть на примере заголовков СМИ. Такие заголовки, как: «Последний из могикан», «Ориентация – Север» дословно воспроизводят известные названия романа и песни. Но в своем первичном виде ПТ в газетных заголовках встречаются редко. Это объясняется тем, что главная задача включения ПТ – «актуализация используемого прецедентного текста, придание ему особой злободневности, включенности его в конкретную ситуацию». Актуализация смысла происходит с помощью второго способа использования ПТ – его трансформации, изменения.

Выделяют три основных способа трансформации ПТ:

1. Расширение состава ПТ.
2. Сужение состава ПТ.
3. Замена компонента ПТ.

Замена компонента ПТ - самый распространенный способ трансформации прецедентного текста. Наиболее частый ее вид – «замена одного из слов цитаты на слова, связанные с содержанием газетной статьи, представляющие суть ее содержания». Нужно отметить, что это одно из основных условий успешности языковой игры на основе прецедентного текста. В современных СМИ практически не встречаются заголовки, в которых одно из слов не было бы каким-то образом связано с содержанием или общей идеей текста. Задача замены компонента ПТ – актуализировать его смысл, исходя из современных реалий, «подогнать» семантику ПТ под основное содержание текста, придание ему особой «злободневности», включенности в конкретную ситуацию».

Часто повторяющийся ПТ, измененный одним способом, в котором меняется только один компонент, теряет свою новизну и экспрессивность, а также утрачивает очень важное свойство, присущее прецедентным текстам – свойство доставлять читателю чувство радости и удовлетворения при их удачной разгадке. Но есть способ «освежить» уже поднадоевший прием. Например, когда вместо привычной части речи заменяемого в прецедентном тексте слова, на его месте неожиданно оказывается другая часть речи. Так, в заголовке статьи газеты «Коммерсантъ» вместо традиционно употребляющегося на этом месте существительного появляется имя собственное: «Смирнов преткновения» (Речь идет о главе непризнанной республики Приднестровье Игоре Смирнове). Этот заголовок «ожил» благодаря грамматическому несогласованию.

Можно выделить два способа использования ПТ. В первом случае, прецедентный текст выбирается автором исходя из его прямого значения, его основного смысла. И тогда, трансформированный ПТ сохраняет свою основную мысль, и через эту мысль каким-то образом связывается с содержанием статьи.

С этой точки зрения интересен заголовок «Дверной дорогой идете, товарищи!». Речь идет об одном из нововведений пермских чиновников. Они решили снять двери со всех кабинетов сотрудников краевой администрации для того, чтобы их работа стала более открытой и прозрачной.

Здесь используется замена компонента ПТ с эффектом созвучия слов (верной – дверной). Однако первостепенным является подбор заголовка с этим ПТ в связи с основным смыслом статьи. Нет сомнений, что автор текста поддерживает такую довольно оригинальную инициативу пермских чиновников и выражает свое отношение к этому в заголовке статьи. А созвучие слов тут имеет второстепенное значение: привлечь внимание читателя к статье, заинтересовать его своей необычностью. Ведь могла быть и другая ситуация – автор мог бы озаглавить так статью, но не одобрить в ней предложение чиновников. И тогда преобразование ПТ имело бы характер простой языковой игры, без актуализации смысла.

Второй способ использования ПТ в газетных заголовках связан с тем, что авторы «играют» с прецедентным текстом, но эта игра никак не связана с его внутренним смысловым содержанием. Например, в статье, озаглавленной «Матрешкин двор», рассказывается о женщинах, работающих на фабрике по производству главного сувенира зимних Олимпийских игр в Сочи – матрешек. В этом названии также используется языковая игра на основе созвучия слов (Матренин – матрешкин), но не более того. Конечно, смысл статьи актуализируется, благодаря изменению ПТ, но нужно заметить, что никакой смысловой связи с произведением Александра Солженицына в статье нет.

В этом случае «выразительность» и «экспрессия», создаваемая преобразованием фразеологизма вытесняет одну из главнейших функций заголовка – информативную. Но, к сожалению, и предполагаемой «красивости» заголовок в данном случае не приобрел, так как расшифровать смысл преобразования фразеологизма оказалось довольно трудно.

Расширение компонентного состава ПТ – второй по частоте употребления способ трансформации ПТ, хотя все же встречается намного реже, чем способ замены. Приведем несколько примеров: «Клуб юных самоубийц», «Обещанного и через три года не жди», «Спасти и посадить рядового Журавлева».

Оказалось, что большим потенциалом для языковой игры обладает название романа Виктора Пелевина «Generation П»: «Generation без П». Эксперты приходят к неутешительным выводам: российская пенсионная система нежизнеспособна, а выбранная модель развития тупиковая. Первый зампред Банка России Алексей Улюкаев предлагает отказаться от современной пенсионной системы, а также от Пенсионного фонда. С переходом на новую пенсионную систему многие пожилые люди по тем или иным причинам могут лишиться пенсионного обеспечения. В этом примере актуализируется название пелевинского романа, но содержание статьи не связано ни с именем Пелевина, ни с его романом. Здесь – языковая игра, основанная на «форме», без актуализации семантики.

«Пелевиным тут и не П». - Рецензия на фильм, снятый по роману «GenerationП».

В этом заголовке потенциал «П» раскрыт полнее, чем в предыдущем: тут «П» - это и отсылка к произведению, о котором пойдет речь в статье и намек на слово, которое подразумевает автор: «Пелевиным тут и не пахнет». Также в данном заголовке, очень ярко проявляется оценочность. Авторскую позицию мы разгадываем при первом же взгляде на название статьи.

В обоих случаях «П» является основой для синтезирования новых смыслов, ведь под этим «П» можно иметь в виду любое слово, удобное автору для выражения своей мысли.

Сужение компонентного состава ПТ реже всего встречается в заголовках современных СМИ.

«Счастье за горами». В статье речь идет о детском литературном конкурсе «Мой Кавказ через 10 лет». В своих работах дети из разных мест Кавказа рассказывают об экономических и социальных проблемах тех мест, в которых они выросли, предлагают свои решения этих проблем. «Счастье за горами» – здесь не означает, что оно недостижимо, как раз наоборот, семантика этого фразеологизма остается неизменной. Школьники представляют себе Кавказ в будущем, мирным, безопасным и процветающим краем. Отсюда еще одно значение заголовка – счастье за горами, то есть на Кавказе.

Проанализировав различные способы трансформации прецедентных текстов, можно прийти к выводу о том, что одним из важнейших условий узнаваемости прецедентного текста является идентичное синтаксическое построение исходного текста и трансформируемого.

В доказательство этого положения приведем такие заголовки: «ООН мятежный просит дури», «Улица. Интернет. Участок». В этих заголовках сохранилось только по одному слову из «цитируемого» текста, но благодаря идентичной синтаксической структуре, мы без труда узнаем в них известные поэтические строфы.

Именно тем, что синтаксическая структура играет очень существенную роль в узнаваемости ПТ, объясняется частота использования различных способов трансформации ПТ. Замена одного компонента ПТ – наиболее часто используется в газетных заголовках потому, что при таком способе трансформации синтаксическая структура ПТ не меняется и, вследствие этого, «стройность» и органичность фразы не нарушается. Тогда как изменение синтаксического строения ПТ часто приводит к некой «корявости», плохо воспринимается сознанием читателя. Особенно это свойственно способу сужения компонентного состава ПТ.

Языковая игра на основе фразеологизмов и прецедентных текстов становится очень частым явлением в современных СМИ. Но, к сожалению,

этот прием перестает быть признаком образованности, интеллигентности и высокого уровня культуры авторов и издания в целом.

1.6 Сфера употребления прецедентных текстов

Особенностью развития современного русского дискурса является увеличение использования в тексте других текстов (интертекстуальности). Так если ранее употребление в речи пословиц, поговорок, афоризмов, крылатых слов, «говорящих» имён, цитат было в основном направлено на украшение речи, то сейчас это осмысливается как социокультурный феномен. Привлекая внимание получателя информации к культурному контексту, стилистический приём аллюзии, который реализует свою дейктическую, отсылочную функцию в той степени, в какой адресат в состоянии активизировать в сознании определённые знания, тексты и соотнести их с услышанным или прочитанным. Широкое распространение получило использование прецедентных текстов. Прецедентными считаются «тексты, значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и окружению данной личности, включая и предшественников, и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности».

Наиболее активно прецедентные тексты используются в языке газеты. В газетной практике в последние годы родилась новая форма создания заголовков – перефразирование: в строке прецедентного текста, взятого для заголовка, какое-то слово изменяется, и фраза приобретает совсем иной смысл. Структура привычного высказывания сохраняется. Выдающийся русский мыслитель современности М.М. Бахтин писал: «Я живу в мире чужих слов. И вся моя жизнь является ориентацией в этом мире, реакцией на чужие

слова». В данном случае под чужими словами понимаются крылатые фразы, афоризмы, пословицы, поговорки, цитаты и прочие изречения, которые постоянно воспроизводятся и в устной речи, и в письменных текстах. И вот такие «чужие слова» и есть «прецедентные тексты».

Прецедентные тексты – класс открытый, их состав постоянно пополняется. Специфика заглавия заключена в том, что, занимая основную позицию в тексте, оно, наряду с зачином и концовкой, относится к тем композиционным элементам текста, которые привлекают повышенное внимание при первом знакомстве с публикацией.

Одна из труднейших задач журналиста это сделать заголовок легким для восприятия, информативным и одновременно интригующим. В этом может помочь обращение к так называемым прецедентным текстам.

Формы и приемы включения прецедентных текстов в заголовки СМИ настолько разнообразны, что не существует единого терминологического аппарата для описания этих явлений. Прецедентным текст может быть любой протяженности: от афоризма до эпоса. Частота обращений к какому-либо тексту при построении новых текстов говорит о ценностном к нему отношении и, следовательно, о его прецедентности.

По сфере бытования прецедентные феномены можно разделить на:

1. Социумно-прецедентные – феномены, которые известны любому среднему представителю различных социумов. Чаще всего в журналистских текстах не используются.
2. Национально-прецедентные – феномены, которые известны среднему представителю того или иного национально-лингвокультурного сообщества.
3. Универсально-прецедентные – феномены известны среднему современному человеку и поэтому входят в «универсальное» когнитивное пространство. Последние две группы прецедентных феноменов активно используются в публицистике.

2 КИНОТЕКСТ И ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ В КИНЕМАТОГРАФЕ

2.1 Вертикальный контекст

Массовая информация (пресса, радио, кино, телевидение и реклама) и информатика (передача специализированных сведений справочного характера) относятся к массовой коммуникации. Однако, необходимо особо выделить художественные кино- и телефильмы, которые относятся к области искусства, сочетающего в себе изображение, музыку, словесный текст в письменной и устной формах, а также звуковые эффекты и графическое оформление.

Также как и художественно-литературные тексты, художественные фильмы выполняют, прежде всего, функцию воздействия, а для других текстов массовой информации основной является функция сообщения. Именно это позволяет выделить художественные кино- и телефильмы в отдельную категорию в рамках текстов массовой коммуникации. Форма и способ создания и существования у них схожи с текстами массовой информации, но по основной функции – они отличаются. А так как художественный телефильм является текстом, необходимо определить, какие особенности присущи тексту как самостоятельному явлению. Несмотря на огромное множество исследований, единого мнения в отношении сущности и параметров текста пока не сложилось.

В энциклопедическом словаре «Языкознание» дается следующее определение: «Текст (от лат. *textus* – ткань, сплетение, соединение) – объединенная смысловой связью последовательность знаковых единиц, основными свойствами которой являются связность и цельность». При этом указывается, что в семиотике под текстом понимается осмысленная

последовательность любых знаков, любая форма коммуникации, а в филологии текст – последовательность вербальных (словесных) знаков.

Следовательно, фильм, представляя собой особую форму коммуникации, является текстом, а для его филологического исследования важна вербальная составляющая. Рассматривая художественный фильм как семиотическое явление, мы применяем понятие «кинотекст» и определяем его как «связное, цельное и завершенное сообщение, выраженное при помощи вербальных и невербальных знаков, организованное в соответствии с замыслом коллективного функционально дифференцированного автора при помощи кинематографических кодов, зафиксированное на материальном носителе и предназначенное для воспроизведения на экране и аудиовизуального восприятия зрителями». Кинотекст представляет собой связное, цельное и завершенное сообщение, выраженное при помощи вербальных и невербальных знаков, основными свойствами которого являются протяженность (текст обладает своим физическим и семиотическим пространством), целостность (за счет наличия внутритекстовых связей), членимость, информативность и завершенность. Изучение художественного телефильма проводится в рамках филологического подхода, так как вербальная составляющая имеет основополагающее значение. А непосредственными объектами исследования являются вертикальный контекст телефильма и интертекстуальные отсылки.

Понятие «вертикального контекста» в отечественной филологической традиции было впервые введено О.С. Ахмановой и И.В. Гюббенет. При восприятии художественного произведения читателем, в силу объективных свойств текста (наличие аллюзий, цитат, реминисценций, реалий и т.д.), его понимание выходит за пределы горизонтального контекста, под которым понимается языковое окружение данной языковой единицы, позволяющее установить значение входящего в него слова или фразы. Читателю приходится иметь дело с вертикальным контекстом, который определяется

как объективно заложенный историко-филологический контекст данного литературного произведения или его частей, как все то, что находится за пределами текста как такового, но без чего его понимание невозможно. Именно данный контекст раскрывает содержание и только при условии соответствующей опоры на фоновые знания адресата текста. Фоновое знание понимается как «совокупность сведений культурно- и материально-исторического, географического и прагматического характера, которые предполагаются у носителя данного языка».

Цитаты, аллюзии, идиоматика, фигуры речи, иноязычные вкрапления и реалии отнесены были к основным категориям филологического вертикального контекста. Анализ именно этих составляющих текста открывает доступ к глубинным слоям произведения. Для более глубокого восприятия художественного произведения рассмотрение его вертикального контекста должно предшествовать его лингвостилистическому анализу. Далее Л. В. Болдырева предложила термин «социально-исторический вертикальный контекст», определяемый как объективно заложенная в произведении информация, раскрывающая перед читателем картину внешнего мира, определенного среза действительности во всем многообразии ее проявлений.

Топонимика являются признаками социально-исторического вертикального контекста, упоминания об исторических фактах, событиях, именах исторических деятелей и т.д. Взаимоотношение между текстом художественного произведения и отраженной в нем «атмосферой» или «духом эпохи» выражает понятие «глобального вертикального контекста», в который входят образ жизни, понятия, представления и т. д. определенного общества или его слоев. Следует заметить, что вертикальный контекст художественной литературы исследовался достаточно широко и является одним из научных направлений филологической школы Московского университета. А вертикальный контекст художественных фильмов остается

малоизученным. Итак, под вертикальным контекстом понимается объективно существующая вне произведения информация историко-филологического, социокультурного и материально-исторического характера, которая актуализируется в произведении и без знания которой невозможно его полноценное понимание. Данное понимание возможно, если фоновые знания адресата включают в себя эту информацию. Вертикальный контекст реализуется посредством интертекстуальных отсылок, определяемых как значимые с точки зрения идейно-художественного содержания произведения отсылки к другому социальному, политическому, историческому, географическому, литературному или культурному тексту в широком смысле слова, то есть выраженному средствами той или иной семиотической системы. А текст, к которому делается отсылка (социальный, политический, исторический, географический, литературный или культурный), является референтом интертекстуальной отсылки.

При исследовании вертикального контекста необходимо обратиться к его структуре и разработать классификацию интертекстуальных отсылок на основе типологии референтов. Что определено важной ролью типа референта в стилистической характеристике произведения и проведении сравнительного анализа вертикальных контекстов. Типы референтов интертекстуальных отсылок можно разделить на 8 групп: отсылки социальные, политические, исторические, географические, литературные или культурные, отсылки к массовой коммуникации и иноязычные внесения. Необходимо отметить, что выделение литературных отсылок из культурных обусловлено тем, что в данном случае связываются два текста, имеющие словесную форму (литературное произведение и вербальная составляющая художественного телефильма), и, соответственно, актуализируемые связи играют особую роль. Соответственно поэтому группа культурных отсылок не подразделяется далее на более мелкие группы (музыкальные, религиозные и т. п.), потому что они определенным образом противопоставлены

литературным отсылкам. По таким же причинам следует выделить в отдельную группу отсылки к массовой коммуникации (кино, телевидение, пресса, радио и реклама).

Художественный телефильм - текст массовой коммуникации он противопоставляется другим текстам массовой коммуникации, и, таким образом, актуализируются связи между текстами одного типа и, шире, между исследуемым текстом массовой коммуникации и самой сферой массовой коммуникации. Понимание культуры как «совокупности результатов деятельности человеческого общества во всех сферах жизни и всех факторов (идей, верований, обычаев, традиций), составляющих и обуславливающих образ жизни нации, класса, группы людей в определенный период времени», позволяет включить бытовые отсылки в группу культурных, так как эти факты являются составной частью культуры, а именно идей, традиций и жизненного уклада.

Надо также сказать несколько слов о реалиях, которые можно определить следующим образом: «Слова (и словосочетания), называющие объекты, характерные для жизни (быта, культуры, социального и исторического развития) одного народа и чуждые другому; будучи носителями национального и/или исторического колорита, они, как правило, не имеют точных соответствий (эквивалентов) в других языках, а следовательно, не поддаются переводу – на общем основании, требуя особого подхода». Следовательно, реалии могут быть референтами культурных, исторических, социальных и других отсылок. Для сохранения целостности классификации является целесообразным не использовать понятие «реалии» в типологии референтов и не выделять их в отдельную группу.

Проблема восприятия текста особенно остро стоит на современном этапе развития филологической науки.

Необходимо определить различие между двумя аспектами понимания текста для того чтобы подойти к решению этой проблемы.

Первый из них – это понимание в прямом смысле, без которого вообще невозможно осмысленное чтение (понимание слов, фраз, фигур речи и т.д.) Второй аспект соединен с такими дефинициями, как «язык и литература», «стилистика и поэтика художественной речи», с воздействием на эмоциональную сферу человека. Он оперирует такой системой категорий, как реалии, литературные аллюзии и т.д. Невозможно полноценное восприятие текста без их понимания.

Дадим определение вертикальному контексту художественного произведения.

Вертикальный контекст того или иного произведения, автора или целого литературного направления – это информация историко-филологического характера, включающая в себя реалии, разного типа литературные аллюзии и цитаты.

Необходимо различать вертикальный контекст и фоновое знание. Фоновое знание – это совокупность сведений, которыми располагает каждый человек.

Фоновое знание формируется в течение всей жизни в результате накопления опыта, обучения и т.д. «Вертикальный контекст – это принадлежность единицы текста. Любая единица текста, представляющаяся нам во всем разнообразии своих так называемых горизонтальных контекстов, может иметь еще и вертикальный контекст, который непосредственно нашим чувствам недоступен».

От объема своих фоновых знаний каждый читатель может воспринять, понять весь вертикальный контекст какого-либо произведения или только его часть.

В заключении нашей работы будет показано, что читатель может

воспринять еще и некие сведения об исторической эпохе произведения, о характере общественных отношений эпохи, в которой жил и работал автор, о самом авторе, которые автор неосознанно привнес в свое произведение.

Среди основных категорий вертикального контекста необходимо выделить реалии и литературные аллюзии и цитаты. Бесспорно, реалии и цитаты не всегда равноценны по своей значимости. Во многих случаях читатель может ограничиться только догадкой, так как это не препятствует «должной степени полноты восприятия». Но в некоторых случаях, непонимание смысла и целесообразности встречающихся в тексте реалий и цитат, невнимание к ним может привести к частичной или даже полной утрате смысла читаемого текста.

Огромное значение для понимания литературно-художественного произведения имеет наличие в нем топонимов и антропонимов.

Топонимы – это тип реалий, представляющий собой разнообразные географические названия «<...> от названия коттеджа или усадьбы до названий улиц городов, районов».

Антропонимы – это разновидность реалий, представляющая собой собственные имена (имя, фамилия персонажа).

И топонимы, и антропонимы часто ускользают от читательского внимания.

«Читатель, как правило, останавливается на имени и фамилии персонажа, <...> если автор привлекает к ним внимание <...>». Это могут быть «говорящие» имена, вызывающие у всех читателей стандартные ассоциации. Но, называя своего персонажа, автор может следовать личными ассоциациями, не имеющими ничего общего с общепринятыми.

Так же можно сказать и о географических названиях. Наличие в тексте того или иного топонима может служить различным целям: вызывать у читателя общепринятую ассоциацию, переносить читателя в

эпоху произведения и т.д. Читатель в свою очередь может не всегда догадаться о целях автора или же увидеть что-то такое, о чем автор и не подозревал.

Словом, топонимы и антропонимы «представляют собой очень важные категории вертикального контекста, пренебрежение которыми значительно обедняет наше восприятие художественного произведения».

Необходимо также отметить наличие в тексте произведения включений различных иностранных слов, фраз или словосочетаний. Эти включения могут служить различным целям: от подчеркивания изящества или загадочности какого-либо объекта, явления до указания на вульгарность или комичность чего-либо.

Введем понятие глобального вертикального контекста.

Глобальный вертикальный контекст – это «весь социальный уклад, все понятия, представления, воззрения являющегося предметом изображения социального слоя, знание которых необходимо для того, чтобы произведения, относящиеся к данному направлению, могли быть восприняты читателями разных стран и эпох».

Следовательно, рассмотрение отдельных «вкраплений» вертикального контекста не может дать полноценного понимания художественного произведения, особенно, если читатель далеко отстоит во времени от изображаемой эпохи. А для наиболее полноценного восприятия нужны знания глобального вертикального контекста, «контекста эпохи».

2.2 Стилистический прием аллюзия

В настоящем исследовании мы будем рассматривать аллюзии в контексте их локализации, их основные стилистические задачи и цели, механизмы возникновения и функционирования. Изучение аллюзий может

проводиться в сферах литературоведения и лингвистики, также может рассматриваться когнитивной лингвистикой, областью межкультурных коммуникаций, а также рассматриваться с позиций решения некоторых проблем интертекстуальности. Круг вопросов, рассматриваемых и решаемых таким понятием как аллюзия может быть достаточно обширным, поэтому особенно важным является задача выделить конкретные задачи и обозначить определенную область исследования. Принято считать, что термин аллюзия восходит к латинскому “alludere”, что означает ‘смеяться, намекать’ (“ludere” — играть) и датируется серединой XVI в. В английском данное слово можно дефинировать как “an expression designed to call something to mind without mentioning it explicitly; an indirect or passing reference”. Г. Блум в ходе своего исследования процесса исторического формирования и развития рассматриваемого нами термина приходит к понятию «иллюзия» (illusion) как синониму аллюзии. В эпоху раннего Ренессанса аллюзия считалась феноменом, тождественным каламбуру или игре слов, в связи с чем использовалась по большей части в сатирических произведениях.

В период научной деятельности Ф. Бэкона (1561—1626) данный термин отождествляли с аллегорией, параболой или метафорой, по причине чего критика выделяла наряду с «описательной», «репрезентативной» еще и «алюзивную» поэзию. Лишь с начала XVII в., согласно точке зрения Г. Блума, начинается формирование единственно верного значения и понимания аллюзии как не прямой, скрытой ссылки, содержащей некий намек на присутствующий в составе ее значения скрытый смысл. Более подробное и обширное исследование феномена аллюзии начинается только в XX в., когда его стали ассоциировать с любого рода явной, прямой ссылкой.

В этот период данный термин является причиной споров большого количества лингвистов. Проблемы исследования аллюзии посвящены труды Е.Ю. Абрамовой, О.С. Ахмановой, И.В. Гюббенет, Е.М. Дроновой, А.С. Евсеева, М.И. Киосе, А.Г. Мамаевой, Л.А. Машковой, И.Г. Потылицыной,

Е.В. Розен, И.Н. Софроновой, З. Порат и ряда других лингвистов. О.Е. Наумова подчеркивает, что аллюзия отражает главным образом на когнитивный, прагматический, лингвокультурологический аспекты прецедентных текстов.

Согласно мнению Е.М. Дроновой, изучение феномена аллюзии может проводиться в рамках изучения межкультурных связей, проблем интертекстуальности, а также относиться к сферам таких областей лингвистики как стилистика, фразеология, переводоведение и ряд других. А.С. Евсеевроблемой большей части дисциплин, так или иначе связанных с теорией и практикой лингвистики, а также с теорией референции, теория собственного имени, стилистикой, поэтикой, риторикой, лингвострановедением литературоведением. С давних времен филологи были заинтересованы объяснением и анализом проблем литературных традиций и влияния на произведения писателей их литературных предшественников. Литературные критики всегда были сосредоточены на определении степени зависимости творчества писателей от событий истории или от творческих произведений других авторов.

Поскольку культура всегда оказывает влияние на мировоззрение писателя, данные факторы бессознательно отражаются в его творческой деятельности. Отпечаток исторического и культурного опыта поколений того или иного языкового сообщества выражается в самых разнообразных формах, преимущественно в вербальной форме. Французский философ и литературного теоретик Ж. Дерриды утверждает, что «мир есть текст». Однако, его нельзя назвать набором бессвязных элементов. И.И. Ильин, определяет сущность текста как реакцию на предыдущие, ранее составленные и прочитанные тексты. Аллюзия как раз и является одной из таких реакций, которую рассматривают в свете теории интертекстуальности. Аллюзия выполняет функцию своеобразного «моста» между предшествующим и грядущим, представляет собой своеобразный способ

обращения мыслей к прошлому периоду времени и помогает осознать и категоризировать знания об окружающей действительности. С древнейших времен в литературе ведется практика использования разнообразных ссылок на литературные, библейские, мифологические факты. Джеффри Чосер, считающийся одним из родоначальников английской литературы, достаточно активно и свободно использовал аллюзии в своем творчестве. Утонченная техника вкрапления аллюзий в контекст художественного текста как единого целого всегда считалась уникальной отличительной чертой творчества Д. Мильтона и А. Поупа, чем особый стиль нередко определяют как «аллюзивный».

Период классицизма часто называют расцвет искусства аллюзии, поскольку для созданных в данную эпоху литературных произведений характерно подражание античному стилю. Эпоха романтизма также не пренебрегала употреблением литературных аллюзий. Символы, аллегии, гротески, достаточно часто встречающиеся в произведениях данного периода зачастую используют аллюзию в качестве основы создания образа. В эпоху критического реализма XIX в. также использовали прием аллюзии, хотя и не столь часто, как это было в более ранние эпохи развития человеческого общества. В литературных работах авторов XX в. аллюзия как образный элемент средств наиболее активно употребляется в литературе, нежели в каких-либо других сферах деятельности людей. Авторы названного периода используют аллюзии преимущественно на мифологические темы, что делается по большей части с целью освещения главных мотивов поведения людей. Этот метод использовался в таких произведениях, как «Уллис» Д. Джойса, «Кентавр» Д. Апдайка, а также во многих работах Т.С. Элиота.

Даже не углубляясь во все процессы исторических трансформаций и изменений, которым подвергалась аллюзия с течением времени, можно легко заметить наличие ее связи с такими областями английской культуры, как литература, театр, кино. Аллюзия является настолько привлекательным для

лингвистических исследований феноменом, поскольку она добавляет тексту дополнительный оттенок выразительности, передает дополнительные сведения, а также широко употребляется в любых видах литературных произведений. В изучении аллюзии лингвисты преимущественно склоняются к литературоведческому, лингвостилистическому и семиотическому подходам. Прежде чем приступить к толкованию аллюзии в рамках текущего исследования, необходимо определить, что не является аллюзией в действительности. Аллюзия значительно отличается от интертекстуальности тем, что она обладает качеством целеустремленности и некой целенаправленности; от плагиаризма — тем, что писатель не преподносит ссылки как на свое собственное; от цитации — тем, что данный вид текста не берется в кавычки; и, наконец, от клише аллюзия отличается тем, что у нее есть единственный источник. Согласно мнению И.Р. Гальперина, аллюзия — это литературный акт ссылки на любой предыдущий текстуальный референт, который предусматривает наличие фоновых знаний (совокупность свидетельств культурно- и материально-исторического, географического и прагмалингвистического характера, которые имеются у носителя определенного языка) у читателя об этом факте и вызывает у него соответствующие ассоциации.

Предыдущий текстуальный референт приобрел наименование текста, который является завершенным и самодостаточным продуктом речемыслительной деятельности, или сложным знаковым единством, количество значений элементов которого не равно его сути. Согласно определению большого энциклопедического словаря, аллюзия (лат. *allusion* — намек, острота) — стилистическая фигура, намек, посредством сходнозвучащего слова или упоминания общеизвестного реального факта, исторического события, литературного произведения. Она широко применяется в художественном, ораторском, научном, а также повседневном языке для создания более рельефного, объемного и очерченного отражения

определенной реалии через соотношение ее с аналогом, который хорошо известен из хода исторических событий, жизни выдающихся людей, фольклора, или же других литературных произведений и т.д.

Наиболее прочно утверждается в художественном мышлении общества в XX в., в частности, в европейском неоромантизме, модернизме, латиноамериканском романе, в романах-утопиях. Именно в названный период аллюзивные мифологемы, философемы и идеологемы приобрели функцию главного структурного элемента произведения. Наиболее частого использования, своего рода пика аллюзийное изображения достигло в постмодернизме, когда была наделена бесспорным правом на понятийную автономию. Современные зарубежные лингвисты прибегают именно к литературоведческому подходу в исследовании феномена аллюзии. Согласно точке зрения, высказанной израильской исследовательницей-литературоведом З.Бен-Порату, литературная аллюзия включает имплицитный направленный сигнал или маркер. К. Перри, литературная утверждает, что аллюзия является явной или неявной ссылкой на другой литературный текст, который не представляется трудным распознать и понять компетентным читателям или зрителям.

Метод аллюзии, то есть некое использование для реализации намерений намеков, косвенных указаний, достаточно часто встречается в создании богатых образами текстов разных жанров, что осуществляет значительный вклад в повышения эмоционально-оценочного эффекта их содержания. Аллюзии зачастую применяется с целью обогащения элементарного высказывания и всего произведения сопутствующими и соотносимыми с посылом текста знаниями и опытом. Аллюзия при этом выполняют роль экономного способа актуализации исторического опыта, литературной традиции. Поэтому тот тип аллюзии, который используются различного рода писателями, может быть как общеизвестным и широко распространенным фактом и отвечать фоновым знаниям обыкновенного

читателя, и в то же время может носить узкоспециализированный характер, значения которого будут доступны лишь читателям определенного ограниченного круга. Определение аллюзии содержится в разных словарях и энциклопедиях, в которых или дается дефиниция усложненных аллюзий в тексте, или представлена энциклопедическая информация о событиях и лицах, чьи имена используются аллюзивно.

Согласно информации, которая содержится в англоязычных словарях литературных терминов, самая полная классификация видов аллюзии состоит из:

- 1) аллюзии – ссылки на недавние события (*topical allusion*);
- 2) личностной аллюзии – ссылки на факты биографии писателя (*personal allusion*);
- 3) метафорической аллюзии, целью которой является передача сопутствующей информации;
- 4) имплицитной аллюзии, которая имитирует стиль других писателей (*imitative allusion*);
- 5) структурной аллюзии, которая отображает структуру другого произведения (*structural allusion*).

Русский исследователь М.Д. Тухарели классифицирует аллюзии по трем категориям:

- 1) антропонимы – имена собственные, космонимы – названия планет, звезд, топонимы – географические названия, зоонимы – имена животных, птиц, ктематонимы – названия исторических событий, праздников и т.д., и, наконец, теонимы – названия богов, демонов, мифологических персонажей и т.п.;
- 2) мифологические, библейские, исторические, литературные и другие реалии;
- 3) аллюзия может локализоваться в отзвуках цитат, контаминациях, реминисценциях и других аллюзивных цитатах. К примеру, “Dear me! I’m not

Netty if I do look green. I'm just a poor little working girl” (O'Henry), О. Генри наводит аллюзию на Хетти Гарт, самую богатую женщину Америкитого времени.

Использование аллюзий делает кинотекст полным, целостным и законченным. Это является верным признаком того, что аллюзии напрямую связаны с эстетической стороной произведения. Аллюзивное слово выполняет функцию знака ситуационной модели, из которой посредством ассоциаций соотносится текст, который содержит аллюзию. Из этого следует, что в процессе использования в тексте аллюзий, происходит взаимодействие между литературно-художественными произведениями, называемое аллюзивным процессом. Текстовое пространство, которое так или иначе подвергается семантическому и стилистическому воздействию аллюзии, наделяет ее значением главного смыслового и структурного компонента художественного целого. Исследование тенденций функционирования аллюзии помогает выявить направление и силу воздействия стилистически маркирующих элементов высказывания на нейтральные части текста и в конечном итоге, объясняет формальные и семантические связки между отдельными частями целого произведения.

Среди главных стилистических функций аллюзии можно обозначить следующие: изучение времени, характеристика персонажей, создания местного колорита, изучения условий действия и т.д. Механизм создания и функционирования аллюзий подчиняется объективными законами действительности и напоминает механизм превращения данных, которые хранятся в памяти человека. Никашина Н.В., Супрун Н.Д. Аллюзия как стилистический прием в англоязычной литературе. К тому же, аллюзии нередко выполняют функцию основных средств реализации социально-исторического вертикального контекста.

Согласно точке зрения Л.А. Машковой, вертикальный контекст художественного произведения представляет собой сложную

информационную категорию, которая в своей структуре объединяет две контекстуальные плоскости или два вида контекста: социально-исторический и филологический. Первый обозначенный вид контекста информирует читателя о форме и средствах, которые автор использовал для создания иллюстрации определенных фрагментов реальной или мнимой действительности. Второй является источником собственно филологической информации, т.е. производит анализ способов использования авторами содержания и форм литературных произведений предшественников.

Результаты исследования взглядов и утверждений исследователей в сфере литературной аллюзии показали, что анализируемое явление является сложным и многоплановым. И, безусловно, остается еще много противоречивых моментов.

2.3 Крылатые фразы кинематографа как прецедентные тексты

Конец 20го и начало 21го веков время информационных технологий и высококачественного телевидения. Активно штурмует современный язык огромное количество цитат из фильмов, которые уже довольно давно стали пословицами и поговорками, а также фразеологизмами и устойчивыми выражениями; Такие ПТ окружают нас почти каждодневно, подстерегают в газетных заголовках, в текстах популярных песен, и даже в повседневной речи. Как раз это и является причиной того, что тема ПТ из киносферы сейчас крайне актуален. В сборнике «Крылатые фразы и афоризмы кино», изданном А.Ю.Кожевниковым, можно насчитать 1319 афоризмов из отечественных кинофильмов с 1934 г. («Веселые ребята») по 1986 г. («Кин-дза-дза»). Многие эти ленты уже давно разобраны на цитаты, это «Бриллиантовая рука» (176 фраз), «Джентельмены удачи» (135 фраз), «Двенадцать стульев» (118 фраз), «Кавказская пленница» (108 фраз),

«Золотой теленок» (106 фраз), «Иван Васильевич меняет профессию» (102 фразы).

Исследованием ПФ из сферы-источника под названием «кино» лингвисты занимались крайне нечасто. В данной работе мы можем сослаться на два труда, касающихся этой темы, это «Кино как источник интертекстуальности» М.Н.Крылова и статья М.И.Косарева «ПФ со сферой источником «кино» в печатных СМИ Германии». В исследовании Косарева появляется вывод, что для немецкого языка характерен тот факт, что «источниками прецедентных феноменов в основном становятся фильмы, которые принято называть «культовыми». Культовые фильмы крайне глубоко проникают в сознание людей, что у них появляется прекрасная возможность продуцировать интертексты в окружающей реальности». В своем большинстве, это голливудские экшены и боевики.

При работе над данной ВКР нами был проведен опрос среди студентов КубГУ, в котором мы выяснили, какие именно цитаты и крылатые фразы использует в своей речи современная молодежь.

Данный опрос был проведен среди студентов различных факультетов, направлений и курсов, что позволило выявить объективный результат, на который не влиял фактор сферы общения и области изучения. По итогам проведенного исследования нами были выделены три группы прецедентных феноменов: ПФ из отечественных кинофильмов, зарубежного кино и мультфильмов. Если мы сравним данные из статей М.И. Косарева с результатами опроса наших студентов, то придем к любопытному выводу: у русских наблюдается почти противоположная картина: она заключается в том, что наиболее часто цитируются фразы из отечественного кино, и именно комедий. Довольно интересным оказался вывод, сделанный на основе опроса многие студенты показали знание отечественного классического кинематографа, апеллируя в своей речи фразами и цитатами из фильмов, давно ставшими золотой коллекцией

русского кино. Очень часто встречаются и разлетаются на цитаты фразы из мультфильмов. К примеру: «Спокойствие, только спокойствие», «Пустьяки дело житейское», «Мужчина в самом расцвете сил» «Карлсон, который живет на крыше», «Ребята, давайте жить дружно!» «Приключения кота Леопольда», «Кто ходит в гости по утрам, тот поступает мудро», «До пятницы я совершенно свободен» «Приключения Винни Пуха и его друзей» и т.д.).

Сравнительно недавно в Интернете проводился опрос, в результате которого необходимо было выявить, какая из крылатых фраз советского кино популярна больше среди великого множества таковых. В этом опросе участвовали почти 10 тысяч респондентов. Мы решили провести похожий опрос среди студентов КубГУ и выявить не только самые популярные и употребительные цитаты из кино, но и речевые случаи, в которых они использованы чаще всего. Безусловно, нами было опрошено достаточно меньшее количество людей - 80 человек. И сам опрос был проведен немного в другой форме. В интернет опросе предлагались уже популярные фразы, а люди, в свою очередь, должны были только проголосовать за ту, которая им понравилась больше. В то время как мы предложили респондентам вспомнить самим афоризмы и выделить свои любимые. Крайне любопытен и тот факт, что в общем было упомянуто свыше 90 различных устойчивых фраз. Не все из них были известны и часто участник опроса писал фразу, которая ему просто по душе. Также удивительно, что практически все цитаты были приведены из советских фильмов. Фраз из кинокартин последнего десятилетия относительно меньше – 40. И только 5 из них повторяются, в то время как другие крылатые выражения упоминаются лишь единожды, так что их еще едва ли можно отнести к ПТ.

Интересно заметить, что множество фраз из современных картин довольно грубые, иногда даже со злой издевкой или пошлостью, но все же

встречаются и среди них и высказывания о любви, женщинах («Любовь, она как насморк приходит неожиданно» из к/ф «Мамы», 2012г.).

Не раз одна и та же фраза уже употреблялась ранее, но «врезалась» в память она непосредственно по фильму (например, фраза «Все люди братья» принадлежала еще Каину, старшему сыну Адама и Евы, но популярность эта фраза среди молодых людей она получила из фильма «Ёлки-2»). Одни из самых популярных крылатых выражений современных отечественных фильмов: «Все люди братья» из к/ф «Ёлки-2» (2011г.), 15 человек «Ты теперь, конечно, не самый наш близкий друг» из к/ф «О чем говорят мужчины» (2010г.), 10 человек «Главное не бойся прощаться с тем, что не делает тебя счастливым» из к/ф «Мамы» (2012г.) 9 человек «Я алкоголик из Москвы» из к/ф «Самый лучший фильм», 7 человек «Такая машина только у меня и у Майкла Джексона» из к/ф «Бригада», 5 человек.

Довольно любопытен также тот факт, что многие культовые фразы произносятся героями кинофильмов не в трезвом состоянии. К примеру, целых пять фраз из 11 довольно распространенных произнесены под воздействием алкоголя. Итак, в ходе нашего опроса было выделено 11 наиболее часто используемых выражений:

1) «Спортсменка, комсомолка и просто красавица» (из к/ф «Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика») - 12 человек. Эту фразу мы слышим от Саахова, который предлагает Нине перерезать ленту при открытии ЗАГСа. Герой нахваливает Нину с целью понравиться ей и обратить на себя ее внимание, поскольку она нравится Саахову и он хотел бы жениться на ней. Сейчас мы часто используем данную фразу в качестве вступления к поздравлению или пожеланию, ведь нередко можно услышать подобные слова на каком-либо празднестве: «...Дорогая Маша! Ты наша спортсменка, комсомолка и просто красавица! Так и оставайся же такой...»

2) «Гюльчатай, открой личико» (из к/ф «Белое солнце пустыни») - 13 человек. Это выражение произносит Петруха, уговаривая героиню показать лицо. Эту фразу зачастую используют в форме шутки.

3) «Очень приятно, царь!» (из к/ф «Иван Васильевич меняет профессию») - 5 человек. Иван Васильевич Бунш при знакомстве с русскими красавицами (притворяясь при этом царем Иваном Грозным) произносит это знаменитое изречение. Такой фразой сейчас часто пользуются при знакомстве с целью разрядить напряжение. Также эту фразу используют с издевкой, если человек довольно долго представляется и нахваливает себя. К примеру, «Аркадий Петрович, завхоз школы номер 10, управляющий молодежным центром, участник 3 съезда...» «Очень приятно, просто царь»

4) «Минуточку! Минуточку... Будьте добры, помедленнее... я записываю» (из к/ф «Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика») - 4 раза. Это высказывание уже мы слышим из уст нетрезвого Шурика, который пытается законспектировать то, что произносит Саахов при открытии ЗАГСа. Такая фраза используется еще всего с иронией, если говорящий желает подчеркнуть, ненужность и излишество получаемой информации. Например, активист в студенческом совете преувеличила свои права и раздает указания. И в этот момент, как нельзя лучше к месту, придется эта фраза.

5) «Какая гадость эта ваша заливная рыба» (из к/ф «Ирония судьбы, или с легким паром») - 23 человека. Опять-таки пьяный герой кинокартины Ипполит, поедая Надину заливную рыбу и размышляя о жизненном смысле. Такое выражение можно услышать при разговоре о чем-то неприятном или надоедливом.

6) «Птичку жалко» (из к/ф «Кавказская пленница») - 6 человек. Данная фраза является реакцией ранимого в связи с нетрезвым состоянием Шурика на сказание о маленькой, но гордой птичке, которая упала, опалив крылья из-за того, что подлетела слишком близко к солнцу. Такое выражение мы

можем услышать от человека, испытывающего душевные переживания или даже плачущего, но не желающего проявлять свои эмоции напоказ и рассказывать о причине своих бед. Пример использования этой фразы можно отыскать и в литературе современности: «После «Моста Ватерлоо» впечатлительный Максим вышел с мокрыми глазами. Что, птичку жалко? посмеялся тогда Алексей.» [Семен Данилюк. Рублевая зона (2004)] Это выражение также уже довольно давно считается прецедентным заголовком, к примеру, среди дошкольников проходит экологический конкурс «Птичку жалко».

7) «Я требую продолжения банкета» (из к/ф «Иван Васильевич меняет профессию») – 7 человек. Это мы слышим от нетрезвого Бунша, переодетого в Ивана Васильевича, после банкета. Сейчас это изречение давно вошло в обиход и считается «народной». Ни свадьбы, ни дни рождения не оканчиваются без этой крылатой фразы. Даже СМИ зачастую прибегают к этой фразе: «В конце концов, Чуб не выдержал: Давайте сегодня праздновать, а поработаем завтра. Это прозвучало почти как «Я требую продолжения банкета! Хорошо, что Путин не задержался еще на час.» [Лариса КАФТАН. Перед совещанием с Путиным губернаторы отдохнули в баре. Комсомольская правда, 2014.03.26]

8) «Все, кина не будет, электричество кончилось» (из к/ф «Джентельмены удачи») – 2 человека. Эту фразу говорит Косой в то время, как милиция находит их банду. Это изречение сейчас довольно часто можно услышать от какого-нибудь особо остроумного шутника в кинотеатре, когда после просмотра рекламы свет гасят и экран чернеет.

9) «Так вот ты какой, северный олень» (из к/ф «Снежная королева») - 3 человека. Увидевшая наконец северного оленя героиня Герда с восхищением произносит данную фразу. Сейчас данная фраза больше употребима с ироничной коннотацией, когда хотят показать, что о данном предмете уже очень слышаны. Часто произносят с разочарованием, в случае, если про

что-то часто слышат, но увидеть так и не удастся. К примеру, девушка очень красочно и явно преувеличивая описывает подруге платье, которое ей понравилось, и когда подруга данное платье наконец-таки видит, уместно произносит это выражение.

10) «Танцуют все!» (из к/ф «Иван Васильевич меняет профессию») - 4 человека. И снова восторженный Бунш декламирует это выражение в царской одежде. Данное выражение встречается в рассказе Венедикта Ерофеева в 1985г. «Вальпургиева ночь, или Шаги командора»: «Мы отмечаем сегодня вальпургиево празднество силы, красоты и грации! ... Ха-ха! Танцуют все! Белый танец! Алеха! Алеха». (Венедикт Ерофеев. Вальпургиева ночь, или Шаги командора (1985)). Фраза эта также является прецедентным заголовком, так как существуют телепередача «Танцуют все!» и конкурс танцев с таким же названием.

Проведенное исследование доказывает, что носители языка имеют представления о ПТ, которые в свою очередь широко распространены в разных стилях, и не только в художественной литературе, но и в текстах о политике, рекламных текстах, СМИ, в разговорной речи. ПТ становятся устойчивой частью речи носителей языка. И одним из основных источников ПТ в современности, несомненно, является кинематограф. Данный опрос был проведен, и удивительно было проследить тенденцию не только среди детей СССР, но и молодежи 21го века к использованию афоризмов и цитат советского кинематографа. Этот факт говорит о том, что молодежь хорошо знакома с отечественными фильмами. Также выбор устойчивых фраз именно из отечественных комедий, а не из триллеров или ужастиков показывает нам черту характера русского народа – юмор, добрую иронию, очень часто направленную даже на самого себя.

Приведем ниже еще небольшое количество цитат, запомнившихся студентам.

Цитаты из зарубежных фильмов:

- Форест Гамп - «Беги, Форест, беги!»
- Побег из Шоушенка – «В тюрьме сказок не рассказывают, тюрьма вообще не похожа на сказку», «Прелесть музыки в том, что ее не могут конфисковать»
- Звездные войны – «Люк, я твой отец»
- Облачный атлас - «От рождения до смерти мы не принадлежим себе»
- Гарри Поттер «Гарри Поттер, мальчик, который выжил, пришел умереть», «После стольких лет? - Всегда»
- Терминатор – «I'll be back»

Цитаты из отечественных фильмов:

- Москва слезам не верит - «Всех впускать, никого не выпускать»
- Бриллиантовая рука - «Буду бить аккуратно, но сильно»
- Падал прошлогодний снег – «Ух, руки твои загребущие!»
- Большая перемена – «Аттракцион неслыханной щедрости!»
- Ирония судьбы или с легким паром – «Каждый год 31 декабря мы с друзьями ходим в баню»
- Операция Ы: «Надо, Федя, надо!»
- Белое солнце пустыни - «Восток - дело тонкое»
- Бриллиантовая рука – «Если человек идиот – это надолго»
- Мастер и Маргарита - «Аннушка уже пролила масло»

Цитаты из мультфильмов:

- Карлсон, который живет на крыше - «Спокойствие! Только спокойствие!»
- Винни-Пух — «Кажется дождь собирается...», «Поздравляю с днем рождения, желаю счастья в личной жизни, Пух!»
- Леопольд - «Ребята, давайте жить дружно»
- Попугай Кеша - «А нас и здесь неплохо кормят!»
- Маугли - «Мы с тобой одной крови - ты и я»

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования кинотекста как источника интертекстуальности нами сделаны следующие выводы.

Раскрыто понятие прецедентных текстов, и приведены их различные классификации и источники. При исследовании кинодискурса были выявлены основные функции прецедентного текста, а также рассмотрена роль прецедентных единиц в медиатексте, на материале СМИ и на основе опроса студентов КубГУ.

Выделены области сферы употребления и способы применения прецедентных текстов.

Выработан онтологический статус прецедентности: категория прецедентности обладает когнитивно-дискурсивной онтологией. Прецедентность – это ментальный конструкт в смысле хранения и обработки соответствующего знания. Но как предзнание она проявляется в коммуникативной ситуации.

Рассмотрены примеры употребления прецедентных текстов в рекламе и кино.

Доказана все более возрастающая роль прецедентных феноменов в повседневной жизни, в кино пространстве и в повседневной речи современного человека.

Мы рассмотрели определения прецедентного текста (феномена) и на основе нескольких сформулировали обобщенное определение:

По итогам нашего исследования мы можем сказать, что прецедентный текст является важнейшим элементом гипертекста как основы современной культуры и в некоторых случаях понимается как синоним гипертекста.

В киноиндустрии прецедентный текст рассматривается в терминах аллюзии, цитаты и реминисценции как способах введения прецедента в текст.

На основании проанализированных языковых фактов и построения моделей смыслоформирования можно утверждать, что прецедентность является модусной категорией, которая характеризуется интерпретирующим (модусным) способом репрезентации знаний.

Предложенное когнитивное исследование категории прецедентности является перспективным для дальнейших исследований в области выявления роли неязыкового знания в формировании лексического значения и новых смыслов. Требуется дальнейшего его изучения определение дискурсивных стратегий на основе тематизированного знания, а также возможности нелинейного управления с опорой на разделяемое знание в различных типах дискурса.

Список используемых источников

- 1 Аксютин, Д. Э. Филологический подход к изучению вертикального контекста телевизионного фильма [Текст]: сборник статей XIV международной конференции «Россия и Запад: диалог культур» (24-26 ноября 2011 года). Выпуск 16. Часть IV. С. 9-21. М., 2012.
- 2 Ахманова, О. С., Гюббенет, И. В. [Текст]: «Вертикальный контекст» как филологическая проблема / Вопросы языкознания. М.: Наука, 1977. № 3. С. 47-54.
- 3 Болдырева, Л. В. [Текст]: Социально-исторический вертикальный контекст (на материале английской художественной литературы) / монография. М.: Диалог-МГУ, 1997.
- 4 Вайль, П. Правильный фильм для правильного зрителя [Текст] : газетное издание / Сегодня № 45, 24.08.1993.
- 5 Влахов, С. И., Флорин, С. П. [Текст]: Непереводимое в переводе. Изд. 3-е, испр. и доп. М.: Р. Валент, 2006. 448 с.
- 6 Волегжанина, И.С., Аникина, Э.М. Научная конференция: путь к эффективной презентации [Текст] : Учебное пособие. – Новосибирск, изд-во СГУПС. – 2010. – 73 с.
- 7 Генис, А. Целомудренный распутник [Текст] : газетное издание / Русский телеграф, № 44 (116), 25.03.1998.
- 8 Гюббенет, И.В. К проблеме понимания литературно-художественного текста (на английском материале). [Текст]: М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. 112 с.
- 9 Гюббенет, И. В. Основы филологической интерпретации литературно-художественного текста. [Текст]: Изд. 2-е, доп. М.: Книжный дом «Либроком», 2010. 208 с.
- 10 Журавлёва, Е.А., Капарова, Ж.Д. Прецедентные тексты начала XXI века. [Текст] – М., 2007. – 255 с.

- 11 Захаренко, И.В. К вопросу о каноне и эталоне в сфере прецедентных феноменов [Текст]: Язык, сознание, коммуникация. - Вып. 1. М., 1997.
- 12 Иванова, Е. Б. Интертекстуальные связи в художественных фильмах: автореф. дисс. канд. филол. наук. [Текст] : Волгоград, 2001. 16 с.
- 13 Игнатов, К. Ю. От текста романа к кинотексту: языковые трансформации и авторский стиль [Текст]: дисс. канд. филол. наук. М., 2007. 196 с.
- 14 Караулов, Ю.Н. Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности [Текст] : Язык и личность / Караулов, Ю.Н. – М.: Наука, 1986. – С. 105-125.
- 15 Косарев, М. И. Прецедентные феномены со сферой-источником «кино» в печатных СМИ Германии [Текст] : газета / М. И. Косарев. - Известия Уральского государственного университета. – 2007. – № 50. – С. 109-116.
- 16 Костомаров, В.Г. Русский язык на газетной полосе [Текст]: М.: Наука, 1970. – 150 с.
- 17 Красных, В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология [Текст] : Курс лекций / В. В. Красных. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.
- 18 Красных, В.В. "Свой" среди "чужих": миф или реальность? [Текст]: М., 2003. 56 с.
- 19 Мартыанова, И. А. Киновек русского текста. [Текст]: Парадокс литературной кинематографичности. СПб.: Сага, 2002. 236 с.
- 20 Мельцер-Евстратова, С. Газетный заголовок как средство выражения авторской установки [Текст]: Эстония, 1999. 25 с.
- 21 Нахимова, Е. А. Прецедентное имя Буратино в современных СМИ [Текст] : газетное издание / Е. А. Нахимова. - Известия Уральского государственного университета. – 2007. – № 52. – С. 105-112.
- 22 Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка [Текст] / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.

- 23 Полотковский, С.А. Влияние современного голливудского кино на духовную ситуацию в России: межкультурные связи в контексте международных отношений. [Текст]: Дисс. канд. ист. наук. СПб. 2006.
- 24 Полубиченко, Л. В. Филологическая топология в английской классической поэзии [Текст]: М.: Изд-во Моск. ун-та, 1988. 148 с.
- 25 Рождественский, Ю. В. Общая филология. [Текст]: М.: Фонд «Новое тысячелетие», 1996. 326 с.
- 26 Слышкин, Г. Г., Ефремова, М. А. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) [Текст] : М.: Водолей Publishers, 2004. 153 с.
- 27 Супрун, А.Е. Введение в славянскую филологию [Текст] : учебное пособие/ А.Е. Супрун.- 2-е изд., перераб.- Минск : Высш. шк., 2009.- 480 с.
- 28 Терминасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация [Текст]: М.: Слово/Slovo, 2000. 624 с.
- 29 Цивьян, Ю. Г. К метасемиотическому описанию повествования в кинематографе [Текст]: Труды по знаковым системам, 17. Структура диалога как принцип работы семиотического механизма / Отв. ред. Ю. Лотман. Тарту, 1984. (Учён. зап. Тартуского гос. ун-та; вып. 641). С. 109-121.
- 30 British Broadcasting Corporation [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.co.uk> (дата обращения: 25.02.17).
- 31 Broadcasters' Audience Research Board [Электронный ресурс]. URL: <http://www.barb.co.uk> (дата обращения: 12.01.17).
- 32 Variety [Электронный ресурс]: American Entertainment Magazine. URL: <http://www.variety.com> (дата обращения: 20.03.17).