

Лингвистика

Е.А. Гордеева, Т.Ю. Ма

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В СКРИПТАХ АМЕРИКАНСКИХ ФИЛЬМОВ

The article deals with «precedent phenomena» used in the scripts of American films which are aimed at two different kinds of audience: youth comedies and world famous dramas.

В настоящее время кино и видеопродукция приобретают все большую популярность. Пользуясь новейшими техническими достижениями, можно знакомиться с фильмами разных режиссеров, разных стран, разных поколений как с переводом, так и на языке оригинала. Фильмы, появляющиеся на кинорынке, относятся к разным жанрам, несут разную смысловую нагрузку, имеют разную целевую аудиторию. Однако практически все они, за редким исключением, позволяют получить представление о значимых явлениях иной культуры, которые визуализируются посредством экранного искусства.

По мнению Е.Б. Ивановой, кинофильм является текстом, т.е. связным семиотическим пространством [3, с. 200-206]. Как указывает Ю.Г. Цивьян, «в определенном приближении любой фильм можно определить как дискретную последовательность непрерывных участков текста. Назовем эту последовательность кинотекстом... единицей кинотекста всегда является пара ядерных кадров» [8, с. 109-121]. Данный подход вполне правомерен и обоснован, но в рамках современной лингвистики требует уточнения, расширения, а может, и изменения «ракурса рассмотрения». Такой «ракурс» был предложен в рамках волгоградской научной школы (Е.Б. Иванова, Г.Г. Слышкин, М.А. Ефремова), представители которой определяют кинотекст как разновидность креолизованного текста: это «связное, цельное и завершенное сообщение, выраженное при помощи вербальных (лингвистических) и невербальных (иконических и / или индексальных) 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 зрителем» [6, с. 153].

Рассматривая кинотекст как разновидность креолизованного текста, Ю.А. Сорокин и Е.Ф. Тарасов [7, с. 93] определяют кинотекст следующим образом: это «тексты, фактура которых состоит из двух негетерогенных частей (вербальной/языковой (речевой) и невербальной (принадлежающей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)». В качестве примеров авторы приводят кинотексты, тексты радиовещания и телевидения, средства наглядной агитации и пропаганды, плакатов, рекламные тексты. Не случайно в числе первых авторы упоминают именно кинотекст. Стоит согласиться, что «среди восторжествовавших в культуре креолизованных текстов ведущее место принадлежит кинотексту. Кино стало «самым массовым из искусств», поставщиком моделей поведения для среднего носителя современной культуры» [6, с. 4]. Таким образом, под креолизованным текстом принято понимать сложное текстовое образование, в котором вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, смысловое, структурное и функциональное це-

лое, направленное на комплексное воздействие на адресата.

Коммуникативная направленность кинотекста не подлежит сомнению, ибо он адресован зрителю и создается специально для восприятия массовой аудиторией. Ю.М. Лотман в свое время писал: «Мы обнаруживаем своеобразную систему сходств и различий, позволяющую видеть в киноязыке разновидность языка как общественного явления» [4, с. 215]. Правильное восприятие и оценка фильма как креолизованного текста предполагают наличие у реципиента сформированных навыков узнавания и интерпретации фоновой информации, заложенной в содержание языковых единиц прецедентного характера. От уровня прецедентности феноменов, апелляция к которым происходит в контексте высказывания, зависит адекватное понимание отдельной коммуникативной ситуации и произведения в целом: замысла автора кинотекста, его идей, установок и целей. Такое качество прецедентов как интертекстуальность широко используется создателями фильмов и позволяет усилить эмоциональное воздействие на зрителя, заинтриговать его, вовлечь в языковую игру, заставить увидеть скрытое от поверхностного восприятия внутреннее содержание разделенных временными границами текстов как продуктов речемыслительной деятельности.

Чтобы приобрести статус прецедентного феномена, ситуация, высказывание, имя или текст должны подвергнуться определенной когнитивной обработке в соответствии с существующим в культуре алгоритмом. Алгоритмы обработки и восприятия феноменов различны в различных культурах, что обуславливает необходимость определения, сравнения и описания такого рода феноменов как источников лингвокультуроведческой информации. Чтобы правильно интерпретировать прецедентные феномены, понять, какую роль они играют в раскрытии авторского замысла, как влияют на восприятие и оценку определенного образа или ситуации, нужно обладать фоновыми знаниями, которые «посвященному» зрителю помогают увидеть в креолизованном тексте ценности национальной и общечеловеческой культуры.

Прецедентные феномены как объект научного исследования классифицируются по видам (прецедентные имена, прецедентные высказывания, прецедентные ситуации и тексты), источникам (художественная литература, массовая культура, всемирная и национальная история и т.д.) и уровням прецедентности (социумно-, национально- и универсально-прецедентные феномены). *Социумно-прецедентные* – феномены, известные любому среднему представителю того или иного социума (генерационного, социального, конфессионального, профессионального и т.д.) и входящие в коллективное когнитивное пространство, т.е. феномены, которые могут не зависеть от национальной культуры, общие, например, для всех мусульман (конфессиональный социум) или для врачей (профессиональный социум). *Национально-прецедентные* – феномены, известные любому среднему представителю того или иного национально-лингво-культурного сообщества и входящие в национальную когнитивную базу. *Универсально-прецедентные феномены* – это известные любому среднему современному homo sapiens и входящие в «универсальное» когнитивное пространство.

Особую сложность в процессе восприятия кинотекста для иноязычного реципиента представляют национально-

прецедентные феномены. Согласно общепринятой точке зрения, «наборы» знаний и представлений имеют в целом индивидуальный характер и могут значительно различаться. Однако ядро таких наборов всегда носит надындивидуальный характер. В данное «базовое ядро стереотипных знаний» и представлений, по мнению Ю.Е. Прохорова, входят знания и представления о феноменах, хорошо известных и не требующих каких бы то ни было объяснений и комментариев для носителя языка [5]. Однако в данном случае речь идет о «закрытой» для посторонних системе единиц и значений, о национальном коллективном когнитивном пространстве (например, при переводе произведений художественной литературы даются дополнительные разъяснения или комментарии, раскрывающие инвариант восприятия того или иного феномена, очевидный для носителей языка-оригинала, но закрытый для читателя, в то время как в процессе просмотра фильма зритель лишен возможности получить такого рода подсказку).

Национально-культурный компонент формируется в процессе социализации личности, входит в культурную компетенцию коммуникантов и определяет национальную специфику межличностного общения. Национально-культурный компонент определяет особенности национального (языкового) сознания, особенности того, что хранится в сознании человека говорящего и проявляется в коммуникации. Данные особенности отражаются и проявляются в том числе и в наборе национальных прецедентных феноменов, национальных стереотипов, в фрейм-структурах знания и в ассоциациях, рождающихся у представителей национально-лингво-культурных сообществ в процессе коммуникации. Ю.Е. Прохоров называет прецедентный феномен базовым, стереотипным ядром знаний именно на уровне этнической культуры, а не личности [5]. В работах Д.Б. Гудкова, И.В. Захаренко, В.В. Красных, Д.В. Багаевой прецедентные феномены рассматриваются как эталоны национальной культуры, которые, с одной стороны, отражают, а с другой, – задают те модели поведения, которым рекомендуется / запрещается следовать. Это, по мнению ученых, определяет их исключительную роль как в моно-, так и в межкультурной коммуникации.

Прецедентные феномены могут быть как *вербальными*, так и *невербальными*: к первым относятся разнообразные вербальные единицы, тексты как продукты речемыслительной деятельности, ко вторым – произведения живописи, скульптуры, архитектуры, музыкальные произведения и т.д. *Вербальные* прецедентные феномены – это прецедентное имя и прецедентное высказывание, *вербализуемые*, т.е. поддающиеся вербализации, – прецедентная ситуация и прецедентный текст. Стоит уточнить, что сам текст, имеющий статус прецедентного, – феномен, безусловно, вербальный (например, «Little women» или «The picture of Dorian Gray»). Однако в сознании такой текст хранится, как правило, не от первого до последнего слова, а как некий «концепт», очень сжатый «образ», максимально «уплотненное» представление об этом тексте. Как показывают наблюдения, апелляции в речи происходят именно к этому представлению, которое может быть «развернуто», вербализовано. Необходимо также отметить, что статус прецедентного в разных культурах могут приобрести разные тексты. Один и тот же текст способен относиться к прецедентным у носителей различных культурных кодов, но инварианты восприятия (ИВПТ) будут у них различаться (например, Дон Кихот в Испании и России).

Помимо уровней и видов, как уже отмечалось, прецедентные феномены различаются по источнику происхождения: народно-юмористический жанр, фольклор, художественная литература, исторические события, религия. В частности, практически в каждой национальной литературе есть авторы, из произведений которых становятся прецедентными имена персонажей, выражения и ситуации. Большую группу составляют прецедентные феноме-

ны из сказок. Как проявление народной культуры, сказка содержит в себе специфические для каждого этноса сюжеты, образы и ситуации, что находит выражение в именах действующих лиц, названиях животных и растений, месте действия, в самобытных традиционных языковых формулах. Другим источником национально-прецедентных феноменов является кинематография, включая мультипликацию. Эти прецеденты особенно популярны, и их число постоянно растет, чему, несомненно, способствуют актуальность поставленной проблемы, высокий профессионализм режиссера, художника-мультипликатора и талантливая игра актеров, а также зрелищность картины.

Состав прецедентных феноменов подвижен. Одни прецеденты устаревают и выходят из употребления, другие приобретают дополнительные смыслы и таким образом способствуют появлению новых прецедентных феноменов. Развитие общества, смена моральных ценностей также влияют на изменения в составе прецедентных феноменов. Отметим, что раньше прецедентными становились имена, выражения, ситуации, связанные со сферой науки (*Эйнштейн*, *Ломоносов* – прецедентные имена, «*Эврика!*» – прецедентное высказывание), литературы, искусства и истории («*Титаник*» – прецедентное имя, актуализирующее прецедентную ситуацию, *Жанна Д'Арк* – прецедентное имя). Сегодня, в связи с возросшей популярностью СМИ, прецедентными чаще становятся названия масштабных телевизионных проектов, сериалов, экранизированных литературных произведений, имена политиков и общественных деятелей (например, популярная во всем мире книга «*Гарри Поттер*», известное телевизионное шоу «*Поле чудес*», имена политиков – *Чубайс*, *Жириновский*, *Садам Хусейн*). Так, в одном из эпизодов американской молодежной комедии фильма «*Save the last dance 2*» главный герой по имени Майлз проводит все свое время с любимой девушкой: работает с ней, ходит в кино, в клубы, а когда ее нет рядом, постоянно думает о ней. Наблюдая это со стороны, лучший друг Майлза пытается образумить его, «опустить на землю» и подтолкнуть к активным действиям: «*Wake up, man. Seriously, you've been all Barney & friends. You two like Bonnie & Clyde, Pam & Tommy Lee, Bert & Ernie, Lewis & Clark, Britney & Justin*».

Группа прецедентных феноменов, которая будет рассмотрена далее, объединена по причине апелляции к ним: они все характеризуют Майлза и его возлюбленную как неразлучную пару.

«*Барни и его друзья*» – телевизионная передача для детей. Барни – милый, очаровательный фиолетовый динозаврик, который загадочным образом появился на нашей планете и познакомился с группой детей, с которыми они стали неразлучны. Апелляция к данному ПФ происходит для сравнения состояния влюбленности как магического сна и динозаврика Барни, происхождение и жизнь которого окутаны тайной. Данный феномен относится к числу прецедентных текстов, по степени известности – к национально-прецедентному уровню, узнаваемому только представителями американского лингвокультурного сообщества.

Бонни и Клайд – универсально-прецедентные имена, являющиеся, в свою очередь, атрибутами прецедентной ситуации: неразлучная молодая пара совершала вооруженные нападения на банки, грабила, убивала. Источником этих ПИ можно считать реальные исторические события. Данные имена функционируют как единый феномен, т.е. в сознании реципиента происходит апелляция к соответствующей прецедентной ситуации только при условии воспроизведения имен обоих героев.

Pam & Tommie Lee – универсально-прецедентные имена. Памела Андерсен и Томми Ли являются яркими представителями американского и мирового шоу-бизнеса. Эта парочка несколько раз официально регистрировала свои отношения и вновь расторгала их. Они постоянно нахо-

дятся в центре внимания желтой прессы из-за ссор, скандалов и даже драк, но, несмотря на это, они всегда мирятся. Имена этих звезд, как и их судьбы, неразделимы. Данные ПИ являются, с учетом распространения американской массовой культуры в современном мире, универсально-прецедентными.

Bert & Ernie – одни из главных героев передачи «Улица Сезам». Это телевизионная программа в США, героями которой являются забавные куклы. «Улица Сезам» – популярное шоу для детей не только в Америке, но и в Европе. Несмотря на то, что Берт и Эрни всего лишь куклы-марионетки, их приглашали принимать участие в различных шоу, концертах, вручениях премий наравне с живыми людьми. На публике Берт и Эрни всегда появлялись вместе. Известность этих кукол быстро распространилась в некоторых странах, но обрести всемирную славу им не удалось, поэтому их прецедентные имена можно отнести к группе национально-прецедентных.

Lewis & Clark. Томас Джефферсон, автор Декларации независимости США, третий Президент Америки, организовал экспедицию с целью найти пролив на территории Северной Америки. Путешествие оказалось довольно сложным и долгим, оно занимает особое место в истории страны и ассоциируется в первую очередь с именами руководителей экспедиции – исследователями Льюисом и Кларком. Эти имена хорошо известны любому жителю Соединенных Штатов, но далеко не каждому представителю другой страны. Это национально-прецедентные феномены, атрибуты ПС, источником которых служат исторические события.

Britney & Justin. Бритни Спирс и Джастин Тимберлейк – яркие представители шоу-бизнеса, которых долгое время считали самой красивой и «звездной» парой Голливуда. Молодые люди всегда появлялись вместе, их фотографии с завидной регулярностью публиковали на обложках самых известных журналов. Любовь Бритни и Джасти-на была идеалом для миллионов подростков во всем мире, а их имена стали универсально-прецедентными феноменами.

Таким образом, в одном высказывании оказываются задействованными разные виды феноменов, относящиеся к разным уровням прецедентности и имеющие различные источники происхождения, что затрудняет процесс восприятия кинотекста иноязычным реципиентом. Как правило, носители иных культур владеют только частью когнитивной базы американского национального сообщества, в которой отражена информация о наиболее известных исторических событиях и героях; телевизионные сериалы, предназначенные для узкой целевой аудитории, как и новости из жизни звезд шоу-бизнеса, которыми интересуется молодежь, редко достигают универсального уровня прецедентности. В то же время преимущественная апелляция к феноменам, относящимся к национально-прецедентному уровню, позволяет установить связь между членами лингвокультурной группы, ограничить прецедентным «паролем» круг участников коммуникации, облегчить понимание содержания высказывания носителям языка.

Общее количество встретившихся ПФ – 17, из них 15 прецедентных имен (88,2%), 1 прецедентное высказывание (5,8%), 1 прецедентный текст (5,8%). Что касается разделения феноменов по степени их известности, то на долю универсально-прецедентных феноменов приходится 53% (9 из 17), на долю национально-прецедентных – 47% (8 из 17). Нами был также проведен анализ источников ПФ: религия – 5,8% (1 из 17), фольклор – 11,7% (2 из 17), на долю исторических событий и шоу-бизнеса приходится по 23,5% (4 из 17), телевидения и художественной литературы – по 17,6% (3 из 17).

При анализе особенностей функционирования ПФ в фильмах первой группы нами были сделаны следующие

выводы. Во-первых, наиболее часто встречающийся вид – универсально-прецедентные феномены. Причиной этого служит характер целевой аудитории фильмов первой группы. В когнитивной базе зрителя, который не обладает достаточными фоновыми знаниями, отсутствует инвариант восприятия социумно-прецедентных и некоторых национально-прецедентных феноменов. Во-вторых, в данных текстах подавляющее большинство встретившихся ПФ – прецедентные имена. ПИ – наиболее часто употребляемый в скриптах вид ПФ, причиной этого может служить особенность киноискусства – ориентация на широкую аудиторию. Авторы используют языковые явления, наиболее понятные и знакомые среднему представителю любого лингвокультурного сообщества. Прецедентные имена легче всего опознаются в кинотекстах благодаря своей краткости, простоте восприятия и образности, что объясняет, по нашему мнению, их превалирование в текстах данной группы. Минимальное употребление ПТ и ПВ объясняется тем, что по сравнению с ПИ они более сложные для восприятия единицы, которые могут «перегружать» текст кинокомедии, лишая его легкости.

Говоря об источниках происхождения, стоит отметить, что наиболее часто встречаются ПФ, источником которых является шоу-бизнес, телевидение и художественная литература. Сегодня, с возросшей популярностью телевидения, прецедентными становятся, скорее, названия масштабных телевизионных проектов, фильмов, заглавия книг, имена политиков и общественных деятелей. Современная молодежь – это поколение, воспитанное телевидением, отсюда и такая популярность ПФ, так или иначе связанных с ним. Художественная литература всегда оставалась довольно популярным источником ПФ. Практически в каждой национальной литературе есть авторы, из произведений которых становятся прецедентными имена персонажей, выражения и ситуации. Религия, фольклор – тоже довольно богатые источники ПФ, отражающие этнокультурную специфику народа. Однако для подростков это не актуальные темы, в результате в фильмах первой группы ПФ, связанные с религией или фольклором, встречаются крайне редко.

Необходимо также отметить, что частотность употребления ПФ в текстах первой группы невелика. Одной из причин может являться тот факт, что в ПФ заложены возможности переосмысления и насыщения текста новыми смыслами, полифункциональность ПФ – то, чего авторы пытаются избежать при написании подобных скриптов, чтобы не допустить двусмысленности и добиться максимальной простоты языка. Акцент в молодежных комедиях делается не на диалогах: это комедии положений, где герой зачастую попадает в курьезные, нелепые ситуации. Таким образом, особенности кинокомедий и целевой аудитории, на которую они рассчитаны, являются определяющим фактором при выборе языковых средств.

Скрипты, или кинотексты, которые были выбраны в качестве материала исследования, условно разделены на две группы в зависимости от целевой аудитории фильма: в первую вошли преимущественно молодежные комедии («Show girls»; «Save the last dance 2»; «Mean girls» и др.), во вторую – так называемые «high-brow films», или «интеллектуальное кино», фильмы, номинировавшиеся или получившие премию «Оскар», отражающие актуальные проблемы современного общества («Ray»; «Fight club»; «Cruel intentions» и др.). Следующий пример – «In Tyler we trusted» – заимствован из скрипта широко известного фильма «Бойцовский клуб» («Fight Club»). Тайлер – один из главных героев картины, организатор бойцовского клуба. Чтобы дать выход агрессии, накопившейся в повседневной жизни, члены клуба сходятся в спарринге. Все те эмоции, которые люди держат в себе по тем или иным причинам, находят свое выражение в драке. Мужчины, приходящие в клуб, постепенно становятся эмоциональ-

но зависимыми от боя: почувствовав вкус кровиз, они уже не могут остановиться. Через некоторое время «Бойцовский клуб» перерастает в прекрасную отлаженную политическую организацию, во главе которой стоит Тайлер Дердан. Членами клуба Тайлер воспринимается как бог. Отсюда и фраза, произнесенная одним из них: «*In Tyler we trusted*».

«*In Tyler we trusted*» – трансформированное прецедентное высказывание «*In God we trust*». В данном случае имеет место апелляция к прецедентному тексту в целом через прецедентное высказывание. Так как источником данного ПВ является Библия – текст, известный практически любому человеку, живущему в наше время, данный феномен может быть отнесен к числу универсально-прецедентных.

Следующий пример – «*Most of the week we were Ozzie and Harriet*» – свидетельствует о том, что два главных героя фильма были настоящими друзьями. С момента знакомства Тайлер и Джон практически не расставались: они жили в одном доме, вместе работали, вместе отдыхали, ходили на собрания клуба, напоминая семейную пару. «*The adventures of Ozzie and Harriet*» – один из самых продолжительных телевизионных сериалов в США. Комедия, основанная на смешных ситуациях, которые случались с членами семьи Нельсон, долгое время занимала верхние места в рейтингах популярности. Апелляция к прецедентной ситуации происходит через обращение к прецедентному для американской культуры тексту и именам, которые стали хорошо знакомы носителям языка благодаря сериалу. Данные прецедентные имена являются национально-прецедентными, известными только жителям Соединенных Штатов Америки, именно потому, к примеру, для представителя русского языкового сообщества данные имена не будут «говорящими».

I felt sorry for guys packed into gyms, trying to look like how Calvin Klein or Tommy Hilfiger said they should. Вступив в «Бойцовский клуб», люди попадают в другую реальность, где нет преград, где ты можешь быть собой, вне зависимости от твоей внешности, возраста, социального статуса. Члены клуба начинают по-другому смотреть на вещи. Каждый прохожий для них – потенциальный противник. Они больше не придают значения тому, что раньше для них казалось стимулом в работе, семейной жизни, отношениях с людьми. «Бойцы» отказываются от стереотипов, управляющих их жизнями, в том числе – навязываемыми модными домами одежды. *Calvin Klein* и *Tommy Hilfiger* являются законодателями стиля, которому пытаются подражать миллионы людей во всем мире, и именно против такого слепого подражательства и выступают члены «Бойцовского клуба». По уровню известности данная пара ПИ относится к универсально-прецедентным феноменам, так как инвариант восприятия этих имен не будет отличаться у представителей разных языковых групп. Источником ПФ является индустрия моды.

Следующий ПФ был употреблен в диалоге двух главных героев. Описывая современную жизнь людей, называя ее «жалким существованием», Тайлер говорит: «*We are the middle people of history, man. No purpose or place. We have no Great War...no Great Depression. Our Great War's a spiritual war. Our Great Depression is our lives*». *Great War* и *Great Depression* – знаковые события в истории США. Однако, по мнению Тайлера, в современной жизни они уже не имеют значения. «Бойцы» ведут духовную войну, а их судьбы подобны Великой депрессии.

Great Depression и *Great War* – прецедентные ситуации, источником которых стала национальная история США, однако масштабность стоящих за ПФ событий – залог того, что все люди знают, где, когда и как они происходили. Данный факт дает основания отнести данные ПС к разряду универсально-прецедентных феноменов, имею-

щих инвариант восприятия в сознании представителей иных культур.

Чтобы люди научились ценить жизнь, добиваться намеченной цели, Тайлер ставит их в экстремальные ситуации. Именно так он поступил с эмигрантом из Китая, который работал продавцом в круглосуточном магазинчике. Предводитель «Бойцовского клуба» на заднем дворе подносит к его виску пистолет. Перепуганный человек не в состоянии отвечать на какие-либо вопросы, но Тайлер не намерен отступить. В итоге он узнает, что в молодости продавец мечтал стать ветеринаром, но не захотел учиться в университете и расстался со своей мечтой. Отпуская напуганного до смерти китайца, Тайлер забирает его права и говорит, что если через месяц он не поступит в университет, то «боец» найдет его (на правах указан домашний адрес) и тогда неизвестно, чем все может закончиться. Вслед убегающему китайцу он кричит: «*Run, Forrest, run!*»

Forrest – это универсально-прецедентное имя, являющееся, в свою очередь, атрибутом прецедентного текста. «*Forrest Gump*» – новелла Винстона Грума, экранизированная в 1994 г. и ставшая невероятно популярной во многих странах. Это история о молодом человеке, который однажды встал с лавочки и побежал. Он не мог остановиться: оббежав практически всю страну, Форрест попал в книгу рекордов Гиннеса, стал миллионером, нашел и потерял любовь, но в конце фильма все-таки обрел тихое семейное счастье.

Итак, фильмы второй группы – драмы, основу которых составляет столкновение личности с миром, обществом, судьбой, выраженное в борьбе сильных характеров и страстей. Подобные картины заставляют зрителя задуматься о проблемах современного общества в целом и каждого человека в отдельности.

Общее количество встретившихся ПФ – 30, из них 20 прецедентных имен (66,6%), 3 прецедентных высказывания (10%), 3 прецедентных текста (10%), 4 прецедентных ситуации (13,3%). Что касается разделения феноменов по степени их известности, мы получили следующие результаты: на долю универсально-прецедентных феноменов приходится 60% (18 из 30), на долю национально-прецедентных – 30% (9 из 30), социумно-прецедентные составили 10% (3 из 30). Нами был также проведен анализ источников ПФ: художественная литература составила 23,3% (7 из 30), искусство – 13,3% (4 из 30), на долю кинематографа, исторических событий, телевидения и музыкальной культуры приходится по 10% (3 из 30), индустрия моды занимает 6,6% (2 из 30), и на анимацию, политику, шоу-бизнес, религию и фольклор приходится по 3,3% (1 из 30).

Частотность употребления ПФ в фильмах второй группы на порядок выше, чем первой (30 к 17), при равном объеме изученной информации (690 страниц). Целевая аудитория фильмов второй группы качественно отличается от первой. Люди старшего поколения, образованные, с определенным жизненным опытом, обладают большим запасом фоновых знаний, позволяющим адекватно воспринимать и правильно трактовать ПФ. Основная функция, которую ПФ выполняют в скриптах фильмов – смыслообразующая, которая достигается посредством выражения авторского отношения, убеждения, коммуникации, ретроспекции и аккумуляции информации, поскольку позволяет достичь основной цели – создания нового смысла. Таким образом, посредством использования ПФ автор делает диалоги более выразительными, познавательными и интересными для зрителя.

Наряду с количественным, изменился и качественный состав ПФ. По сравнению с первой группой фильмов здесь возрастает количество прецедентных текстов, высказываний и ситуаций. Такие изменения связаны с проблематикой картин и целевой аудитории, на которую они рассчитаны. Основная цель авторов картин второй группы – зас-

тавить человека задуматься о проблемах современного общества. Для достижения этой цели авторы часто прибегают к использованию ПФ, которые способны наполнить креолизованные тексты новыми смыслами, сделать речь героев более выразительной и образной.

Более чем в половине случаев анализируемые ПФ являются универсально-прецедентными. Это свидетельствует о том, что фильмы второй группы предназначены для просмотра широкой аудитории, для представителей разных национально-культурных сообществ. В то же время во второй группе обнаружено большее количество национально-прецедентных феноменов, появляются и социально-прецедентные. Такие изменения обусловлены тем, что зрители фильмов второй группы – взрослые образованные люди, с определенным жизненным опытом и широким кругозором, в когнитивной базе которых хранятся инварианты восприятия не только универсально-прецедентных феноменов, известных каждому представителю современного сообщества, но и национально-прецедентных и социально-прецедентных феноменов разных лингвокультурных групп.

Основной источник происхождения ПФ второй группы – художественная литература, постоянно пополняющая язык различными выразительными средствами и прецедентными феноменами. Наряду с художественной литературой, богатыми источниками ПФ послужили искусство, музыкальная культура, история, политика – те стороны жизни человека, которые свидетельствуют о его образованности и богатом духовном мире. Другим источником прецедентных феноменов является кинематография, включая мультипликацию, телевидение, шоу-бизнес. Эти прецеденты используются во всех фильмах, независимо от жанра, аудитории и т.д. Данная группа прецедентных феноменов постоянно пополняется, чему, несомненно, способствуют актуальность поставленной проблемы,

высокий профессионализм режиссера и талантливая работа актеров.

В последние годы под влиянием экстралингвистических факторов наблюдается значительное расширение практики межкультурной коммуникации. Это явление вызывает пристальный интерес современной лингвистики к проблеме прецедентности, имеющей непосредственное отношение к коммуникативной компетенции языковой личности. Более того, в современной лингвистике наблюдается растущая визуализация культуры, понятие кинотекста с точки зрения лингвистики недостаточно изучено. Это и послужило основанием для проведения данного исследования, в котором были рассмотрены характер и особенности функционирования прецедентных феноменов в кинотекстах популярных американских фильмов.

1. Гудков Д.Б. Прецедентное имя в когнитивной базе современного русского языка // Язык, сознание, коммуникация. – Сер. 4. «Филология». – 1998. – № 6. – С. 34-39.

2. Захаренко И.В., Красных В.В., Гудков Д.Б., Багаева Д.В. Прецедентное высказывание и прецедентное имя как символы прецедентных феноменов // Язык, сознание, коммуникация. – Вып. 4. – М.: Диалог, 1998. – С. 56-59.

3. Иванова Е.Б. Художественный видеофильм как текст и его категории // Языковая личность: проблемы креативной семантики. К 70-летию профессора И.В. Сентенберг. Сб. науч. трудов ВГПУ. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 200-206.

4. Лотман Ю.М., Цивьян Ю.Т. Диалог с экраном. – Таллинн, 1998. – С. 215.

5. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. – М., 1996.

6. Слышкин Г.Г., Ефремова М.А. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа). – М.: Водолей Publishers, 2004. – С. 153.

7. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М.: «Литера», 1990. – С. 93.

8. Цивьян Ю.Г. К метасемиотическому описанию повествования в кинематографе // Труды по знаковым системам, 17. Структура диалога как принцип работы семиотического механизма. – Тарту: Ученые записки Тартуского гос. ун-та. – Вып. 641. 1984. – С. 109-121.

И.Г.Ищенко, В.В.Мацеха

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТЕЛЕСКОПИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

The article deals with a specific type of word coinage – telescoping (blending) and its functioning in modern mass media.

Язык находится в состоянии непрерывного изменения, и самым подвижным компонентом языковой системы является словарный состав. Словообразование – один из основных способов пополнения лексического запаса языка, т.е. оно служит для создания знаковой формы, с помощью которой выражается значение. Современные словари новых слов, а также средства массовой информации не только подтверждают то, что английский язык переживает «неологический бум», но и дают основание считать телескопию (стяжение) одним из самых распространенных способов образования новых словарных единиц. В современных исследованиях в области словообразования также отмечается очевидная активизация процесса образования слов путем телескопии.

Суть телескопии и смежных с ней явлений еще не раскрыта до конца. Об этом свидетельствуют такие факты как, например, терминологические расхождения в наименовании самого процесса словопроизводства и производных единиц, образующихся в результате, равно как и отсутствие единства взглядов относительно временных границ появления данного способа и функционирования его в том или ином языке. «В современной лингвистике употребляется ряд названий, отражающих один и тот же спо-

соб образования новых слов. Ни один из классов слов, существующих в языке, не имеет столько обозначающих его терминов: portmanteau word, portmanteau, blend-word, amalgam, amalgam word, amalgam form, fusion word, fusion, composite, composite word, overlapping word, conflation, coalesced word, coalescence form, telescope word, telescoped word, hybrid, analogical neologism, brunch word, counterword, cross-form, word blending, contamination, а также шуточные suitcase word, timanteau word (соединение двух основ – «time» и «portmanteau», с намеком на то обстоятельство, что в журнале «Time» часто появляется ряд новых слов подобного типа) [2, с. 3]. Подобные терминологические расхождения наблюдаются и в отечественной лингвистической литературе. Сам способ образования новых слов называют словослиянием, вставочным словообразованием, контаминацией и др. Лексические единицы именуют телескопами, телескопными словами, телескопическими словами, словами-слитками, вставками, контаминациями, свертками, телеосновками, словами-спайками, словами-амальгамами, контрактурами и аддиктурами, словами-гибридами и т.д.

По распространенному в последнее время мнению, большинство из приведенных терминов не передает в достаточной степени сущности рассматриваемого словообразовательного способа. Так, Берман пишет: «Обратимся к термину «вставочное словообразование», который, мы полагаем, отражает лишь часть явления. При вставочном способе словообразования исходные основы... как бы «вкладываются» одна в другую, «сплющиваясь» на стыке... а из их «осколков» образуется новое слово-вставка» [2, с. 12]. В данном определении описан лишь один способ образования описываемых единиц – наложение «оскол-