

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт иностранных языков
Кафедра английского языка, методики и переводоведения

**ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ИМЕНА СО СФЕРОЙ-ИСТОЧНИКОМ
«ЛИТЕРАТУРА» В БРИТАНСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ СМИ**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа

допущена к защите

«__» _____ 2017 г.

Зав. кафедрой

Макеева С. О.

Исполнитель:

Пыхтеева Анна

Дмитриевна,

Студентка БА-41 группы

ПОДПИСЬ

Научный руководитель:

Василенко Ольга

Ивановна

канд. филол. наук, доцент

ПОДПИСЬ

Содержание

ВВЕДЕНИЕ.....	3
<i>ГЛАВА 1. ПОНЯТИЕ ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ В ЛИНГВИСТИКЕ</i>	6
1.1 Имя собственное как объект исследования раздела лингвистики – ономастики.....	6
1.2 Понятие интертекстуальности.....	9
1.3 Понятие прецедентного феномена	10
1.4 Виды прецедентных феноменов.....	13
1.5 Критерии прецедентности.....	16
1.6 Классификации прецедентных имён.....	19
1.7 Сферы-источники прецедентных имён.....	21
1.8 Функции прецедентных имён в публицистическом тексте.....	22
Выводы по главе 1.....	25
<i>ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ИМЁН СО СФЕРОЙ-ИСТОЧНИКОМ «ЛИТЕРАТУРА» В БРИТАНСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ СМИ</i>	27
2.1 Характеристика жанра СМИ как сферы-мишени прецедентного имени..	27
2.2 Характеристика литературы как сферы-источника прецедентного имени	30
2.3 Анализ функционирования прецедентных имён со сферой-источником «Литература» в сфере СМИ	32
2.3.1 Антропонимы	32
2.3.2 Топонимы.....	42
2.3.3 Зоонимы	48
Выводы по главе 2.....	53
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	55
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	57
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	66
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	73
ПРИЛОЖЕНИЕ 3	74

ВВЕДЕНИЕ

Благодаря развитию Интернет технологий язык СМИ как средство информационно-психологического воздействия совершенствуется все больше. Важная для средств массовой информации направленность на экспрессивность образов и доступность изложения заставляет искать соответствующие языковые средства, позволяющие наиболее лаконично, ярко, быстро и эмоционально воздействовать на читателя. Один из способов достижения данной цели заключается в использовании прецедентных имён.

Прецедентные имена являются частью коллективного фонового знания лингвокультурного сообщества и важным элементом культурной грамотности личности. В современных средствах массовой информации они несут в себе исторические, культурные, научные и этнические знания о мире.

Мы встречаем прецедентные имена каждый день, и зачастую не обращаем на них внимания, поскольку нам хорошо известны лица, события, упомянутые в СМИ. Однако, следует отметить, что в случаях с иностранными СМИ может возникнуть непонимание того или иного прецедентного имени вследствие отсутствия необходимых фоновых знаний, поскольку нам не знакомы все реалии американской либо английской жизни.

Таким образом, изучение прецедентных феноменов представляется весьма важным, так как знание универсальных и национально-прецедентных феноменов является показателем принадлежности к данной эпохе и к культуре страны изучаемого языка; прецедентные феномены входят в коллективные фоновые знания лингвокультурного сообщества и являются существенным элементом культурной грамотности языковой личности.

Актуальность изучения данной проблемы возрастает в связи с увеличением числа политических, экономических и культурных контактов с англоговорящими странами, необходимостью подготовки специалистов по межкультурной коммуникации.

Объектом данного исследования являются прецедентные имена со

сферой-источником «Литература».

Предметом работы являются семантические и лингвокультурные особенности прецедентных имён со сферой-источником «Литература» в сфере СМИ.

Цель заключается в выявлении и описании специфики вербализации прецедентных имён со сферой-источником «Литература» в сфере СМИ.

Исходя из поставленной цели, необходимо выделить **задачи** исследования:

1. Рассмотреть «имя собственное» как объект исследования раздела лингвистики – ономастики.
2. Изучить понятие и виды прецедентных феноменов
3. Изучить понятие, классификации прецедентных имён и их функции в публицистическом тексте
4. Охарактеризовать специфику литературы как сферы-источника прецедентных имён.
5. Охарактеризовать жанр СМИ как сферу-мишень прецедентных имён.
6. Проанализировать функционирование прецедентных имён со сферой-источником «Литература» в сфере СМИ.

В нашей работе были использованы следующие **методы** исследования: теоретический анализ научной литературы, индукция, классификация, контекстуальный анализ, стилистический анализ, метод систематизации и обобщения.

Научная новизна исследования заключается в том, что в нем представлен ряд наблюдений и выводов, сделанных в результате анализа конкретного материала. В процессе работы выявлены особенности функционирования прецедентных имён со сферой-источником «Литература» с учётом их сферы-мишени СМИ (на материале британских и американских интернет-изданий).

Теоретическая значимость данной работы заключается в том, что изучению подвергаются прецедентные имена в конкретной разновидности текстов, а именно, в текстах средств массовой информации, что позволяет взглянуть по-новому на особенности их функционирования в заданном контексте.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования материалов в рамках курса переводоведения, стилистики, интерпретации текста.

Материалом для исследования послужили: тексты из британских и американских интернет-изданий таких, как «The Guardian», «The New York Times», «The Independent», «The Washington Post», из которых нами было отобрано 80 наиболее интересных примеров.

В соответствии с поставленными целями и задачами **структура работы** состоит из: введения, заключения, двух глав, списка использованной литературы, включающего 78 источников.

ГЛАВА 1. ПОНЯТИЕ ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ В ЛИНГВИСТИКЕ

1.1 Имя собственное как объект исследования раздела лингвистики – ономастики

Имя собственное считается объектом исследования многих учёных русской и зарубежной лингвистики, начиная с XX в. Разные лингвисты выдвигали различные теории, рассматривали имена собственные в разных позициях и в разных аспектах.

Множество авторов пытались обнаружить различия имён собственных и имён нарицательных. Они выдвигали целые теории относительно данной проблемы. К примеру, А. В. Суперанская, которая в своём исследовании рассматривала специфику имён собственных и учений о них, подчеркнула три характерных показателя, позволяющих, с её точки зрения, провести границу между понятиями: имя собственное и имя нарицательное. Различительными признаками имени собственного, по её мнению, являются:

- оно даётся индивидуальному объекту, а не классу объектов, имеющих черту, отличительную для всех индивидов, которые входят в данный класс;
- называемый с помощью имени собственного предмет всегда чётко определён, ограничен, очерчен;
- имя собственное не связано конкретно с понятием и не имеет на уровне языка точной и однозначной коннотации [Малецкая, Толкачева 2013: 48].

Карпенко Ю. А. в основном изучал сущностное и функциональное отличие собственных и нарицательных имен, а также их языковые особенности. Лингвист считает лишь функциональный подход к проблеме недостаточным, в частности, абсолютное признание за нарицательными

именами функции обобщения (классификации), а за собственными – функции индивидуализации. Также, он утверждает, что функция – это не сущность, а только изображение сущности. Учёный считает, что функциональные отличия имён собственных от нарицательных безусловны. Однако они идут не по линии обобщения – индивидуализации, а по линии разъединения – объединения.

Эту точку зрения поддерживает ещё и В. Д. Бондалетов: «Имена собственные разъединяют однородные объекты, а нарицательные объединяют их» [Гудков 1999: 12].

Ю. А. Карпенко предложил назвать функцию имени собственного – дифференциальной, а нарицательного – классификационной. Нередко, по мнению учёного, особенно в топонимах и антропонимах, дифференциальная функция выступает в виде адресной.

Разделение сути и функции имени собственного, в сущности, сводится к разграничению положения имени собственного в языке и речи. Языковая сущность слова реализуется в его речевой функции. Основным аспектом разграничения собственных и несобственных имён, по мнению Ю. А. Карпенко, считается следующее: название одного предмета есть имя собственное, название ряда предметов – нарицательное. В мышлении нарицательному слову соответствует понятие, собственному имени представление. В общем же учёный поддерживает формулировку, высказанную лингвистом А. А. Реформатским: собственные имена выполняют, прежде всего, номинативную функцию – именуют конкретные предметы, нарицательные – семасиологическую – они не только именуют, однако и выражают понятие о предмете [Сорокин 1989: 25].

Множество языковедов признают сложность, диалектичность значения имён собственных как единиц языка (чаще всего слов). В современной теории слова признаётся, что значение слова – есть его содержание, которое

практически идентично понимается и говорящим и слушающим и включает в свой состав три типа отношений:

- денотативное – отношение слова к предмету;
- сигнификативное – отношение к понятию;
- структурное – отношение значения слова, а также всего слова к другим словам данного языка.

Имя собственное, как единица языка – слово или функционально подобное ему словосочетание, обладает всеми названными типами взаимоотношений – денотативным, сигнификативным и структурно-языковым, но их свойство в собственном имени различно с соответствующими компонентами значения нарицательных слов, что и даёт собственным именам языково-речевую специфику.

Описывая результат изучения имени собственного как языково-речевой категории, можно сделать следующий вывод: собственные имена – это единицы языка, речи, служащие для подчеркнутого определённого названия отдельных предметов действительности и вследствие такой специализации, выработавшие некие особые свойства в значении, грамматическом оформлении и в функционировании. Назначение нарицательного имени – представление понятия о конкретном классе предметов и название одного или нескольких определённых предметов данного класса. Назначение имени собственного – называть определённый предмет, соотнося его с классом однотипных либо схожих с ним предметов. У нарицательного слова на главном месте стоит выделение предмета, а на втором – соотнесенность предмета с ему подобным. Для имени нарицательного обязательно обозначение понятия и факультативное название определённого предмета. Для имени собственного обязательно название конкретного предмета, и не обязательна его понятийная соотнесенность.

1.2 Понятие интертекстуальности

Принято считать, что теория интертекстуальности появилась из 3 главных источников: полифонического литературоведения М.М. Бахтина, учения о пародии Ю.Н. Тынянова, а также теории анограм Фердинанда де Соссюра [Фатеева 2007: 32].

Данный термин впервые ввела теоретик постструктурализма Юлия Кристева в 1967 году – для обозначения общего свойства текстов, проявляющегося в наличии меж ними взаимосвязей, благодаря которым тексты могут множеством методов явно либо неявно ссылаться друг на друга. Концепция интертекстуальности есть растворение индивидуального текста, написанного определённым автором в явных и неявных аллюзиях, цитатах, литературных и культурных различиях. Так получается, что отдельные тексты постоянно вступают в диалог, «ссылаются» друг на друга и являются частью интертекста. Интертекст пишется в процессе прочтения дискурсов, написанных другими авторами. Таким образом, каждый текст представляет собой интертекст, поскольку в нём сочетаются другие тексты, и любое слово в тексте служит перекрёстком других слов, где можно прочесть хотя бы ещё одно слово. [Ямпольский 1993: 112].

Но, не смотря на то, что первая данный термин ввела Кристева, каноническим считается понятие для интертекста, которое ввёл Ролан Барт. Он заявил, что любой текст есть интертекст; другие тексты присутствуют в нём на различных уровнях в наиболее либо наименее узнаваемых формах: тексты предшествующей культуры и тексты окружающей культуры. Он говорил о том, что каждый текст можно сравнить с новой тканью, которая сшита из старых цитат, отсылок, отзвуков. Таким образом, как и интертекст, интертекстуальность у Барта считается неременной реалией текста, и сам текст «существует лишь в силу межтекстовых отношений, в силу интертекстуальности». [Барт 1994: 421].

И. Смирнова же описывает понятие интертекстуальности, как качество художественных произведений формировать собственный смысл при помощи ссылок на другие тексты. В современном литературоведении это понятие представляет собой бесконечный диалог текстов, что и является отличительной чертой литературы в целом. Данный термин широко употребляется и престижен в этой области, им обозначается так же общая совокупность межтекстовых связей, в которую входят соотношения между авторским словом и чужими словами. Интертекстуальность обогащает сферу речевой деятельности и запас художественно-речевых средств писателей.

Понятие об интертекстуальности в более широком смысле есть наличие межтекстовых взаимосвязей, которые являются итогом производства текста из других текстов, с которыми создаваемый текст вступает в своего рода диалог. Однако содержание и пределы понятия интертекстуальности ещё явно не определены.

1.3 Понятие прецедентного феномена

В последнее время лингвисты проявляют особый интерес к феномену языковой личности, а также к феноменам, которые обозначаются в научной литературе как прецедентные. Изучением прецедентных феноменов занимается отдельная отрасль науки – лингвокультурология. Но сам термин «прецедентный феномен» пока ещё не имеет возможности быть приписанным к числу однозначно устоявшихся.

Таким образом, прецедентные феномены являются объектом изучения множества лингвистов и не имеют единого терминологического обозначения. Под данным термином может пониматься как источник прецедентности (художественный текст, фильм), так и средство актуализации данного источника (название произведения, цитата из произведения). Также прецедентными феноменами могут именоваться такие термины как:

прецедентный текст, прецедентное высказывание, прецедентные культурные знаки и так далее.

Поводом к появлению термина и целой области исследований послужило введённое Карауловым понятие «прецедентный текст». Так, Ю.Н. Караулов описывает прецедентные тексты как "(1) важные для той либо другой личности в познавательном и чувственном отношениях, (2) имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, в конце концов, такие (3), обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности" [Караулов 1987: 64]. Поэтому, прецедентными текстами для учёного считаются цитаты, имена персонажей, названия произведений, а также их авторы. Так же стоит отметить, что произведения могут быть как вербальной, так и невербальной природы.

Ю.А. Сорокин и И.М. Михалева по-иному определяют понятие «прецедентного текста»: для этих учёных это некие вербальные микро- и макроединицы, показывающие на когнитивно-эмотивные и аксиологические отношения, это некие избирательные признаки, сопоставляющиеся с иными заимствованными и уникальными признаками для создания эстетической видимости либо типологического образа, это, главным образом, средства когнитивно-эмотивной и аксиологической фокусировки коннотационной массы художественного текста, показывающие на глубину индивидуальной и групповой (общественной) памяти и свидетельствующие о методах художественной обработки важных для нас вопросов и проблем [Сорокин 1993: 99]. Причём в роли прецедентных текстов могут выступать ещё и заглавия, и цитаты, и имена персонажей, а также имена авторов произведений. Но прецедентные тексты не могут сводиться лишь к текстам художественным и, следовательно, лишь к проблеме художественной обработки актуальных вопросов и проблем.

Прохоров Ю.Е., анализируя прецедентные тексты, высказал ряд уточнений данного понятия:

1) прецедентные тексты являются принадлежностью языковой культуры представленного этноса, использование которых связано с их реализацией в довольно стереотипизированной форме в обычных для представленной культуры ситуациях речевого общения: конкретно в данном случае, являясь принадлежностью прагматикона некоторой этно-культурной языковой личности, прецедентный текст имеет возможность существовать в общении, так как предполагает подобное наличие его у другой личности;

2) если же сам текст вступает в прагматикон личности, совокупность собственных деятельностно-коммуникативных потребностей, то его внедрение в речь связано уже с лингво-когнитивным уровнем, т.е с. системой знаний о мире и образа мира, которые реализуются в представленной этнокультуре;

3) отсылка к прецедентным текстам имеет прагматическую направленность, выявляя характеристики языковой личности, её цели, мотивы и установки, ситуативные интенциональности, а также и лингво-когнитивную, реализация которой включает личность в речевое общение конкретно данной культуры на данном языке [Мишенева 2013: 70].

Изучая прецедентные тексты, мы выходим на лингво-когнитивный уровень, прецедентные тексты принадлежат языковой культуре (в рамках этой концепции, нужно отметить, что инвариант восприятия прецедентного текста входит в когнитивную базу, а сам прецедентный текст принадлежит национальному культурному пространству), что апеллирование в речи к феноменам такого рода помогает ориентироваться в ситуации общения, проводя идентификацию сообразно шкале свой-чужой [Сорокин 1989: 80].

Таким образом, происходит расширение выдвинутого Ю. Н. Карауловым понятия, поскольку и термин «текст» рассматривается в более широком смысле. А прецедентные феномены в свою очередь выступают как

особая группа вербальных или вербализуемых феноменов, известных любому среднему представителю определённого лингвокультурного сообщества и входящих в когнитивную базу данного сообщества.

Состав прецедентных феноменов подвижен. Одни прецеденты устаревают и выпадают из употребления, другие приобретают дополнительные смыслы и таким образом способствуют появлению новых прецедентных феноменов.

В настоящее время в лингвистике исследуются канонизированные и неканонизированные прецедентные феномены. К канонизированным мы относим такие прецедентные феномены, которые человек приобретает в результате целенаправленного изучения. Это своего рода хрестоматийные знания человека. К ним относятся тексты из школьных программ, учебников и т.д.

Неканонизированные прецедентные феномены используются носителями русского языка, как правило, в устной речи, в ситуациях бытового неофициального общения. Источниками неканонизированных прецедентных феноменов считаются либо широко известные произведения искусства или литературы, не причисляемые традиционно к разряду классических, либо любые другие объекты культуры (анекдоты, пародии, рекламные тексты, выступления юмористов и сатириков, популярные теле- и радиопередачи и т.д.). Как правило, знание такого объекта культуры является приобретенным случайно, не целенаправленно, и его популярность кратковременна (5-8 лет) [Красных 2001: 234].

1.4 Виды прецедентных феноменов

Проблема прецедентности текстов активно разрабатывается в современной лингвистике (З.К. Ахметжанова, Н.Д. Бурвикова, Д.Б. Гудков, И.В. Захаренко, В.В. Красных, В.Г. Костомаров и др.)

Вышеперечисленные лингвисты классифицировали и структурировали прецедентные феномены.

В современной науке к прецедентным феноменам относят:

1) известные всем представителям национально и лингвокультурного сообщества (имеющие сверхличностный характер), то есть прецедентный феномен хорошо известен всем представителям, так как последние имеют некий, общий, неприменный для всех носителей представленного ментально-лингвального комплекса, национально-определённый и минимизированный инвариант его восприятия;

2) актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане; за прецедентным феноменом всегда стоит некое представление о нем, общее и обязательное для всех носителей того или другого национально-культурного менталитета, либо инвариант его восприятия, который и делает все апелляции к прецедентному феномену ясными, коннотативно окрашенными;

3) апелляция к которым непрерывно возобновляется в речи представителя какого-либо национально-лингво-культурного сообщества; заявляя о постоянной апелляции прецедентного феномена (а это является одним из признаков последних), мы подразумеваем, что возобновляемость обращения к тому или другому прецедентному феномену может быть потенциальной, т.е. обращение к нему может и не быть частотным, однако в любом случае она станет ясна собеседнику без дополнительных объяснений (в ином случае это будет обращение не к прецедентному феномену) [Гудков 2003: 126].

Среди вербальных прецедентных феноменов можно выделить собственно вербальные: прецедентное имя и прецедентное высказывание, и вербализуемые, к коим относятся прецедентный текст и прецедентную ситуацию. [Красных 2003: 171-173].

Вербальные:

1. Прецедентное имя есть индивидуальное имя связанное или с широко известным текстом, как правило, относящимся к числу прецедентных. [Красных 2003: 173].

2. Прецедентное высказывание – репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности, законченная и самодостаточная единица, которая может быть или не быть предикативной, сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу. [Гудков 2003: 108].

Вербализируемые:

1. «Прецедентный текст – это некие вербальные микро- и макроединицы, показывающие на когнитивно-эмотивные и аксиологические отношения, это некие избирательные признаки, сопоставляющиеся с иными заимствованными и уникальными признаками для создания эстетической видимости либо типологического образа, это, главным образом, средства когнитивно-эмотивной и аксиологической фокусировки коннотационной массы художественного текста, показывающие на глубину индивидуальной и групповой (общественной) памяти и свидетельствующие о методах художественной обработки важных для нас вопросов и проблем» [Сорокин 1993: 99].

2. Прецедентная ситуация – некая «эталонная», «идеальная» ситуация с определенными коннотациями [Красных 1997: 64].

В.В.Красных также предлагает классификацию прецедентных феноменов по критерию широты охвата – от социума до общечеловеческого сообщества [Красных 1997: 164]:

1. Социумно-прецедентные – феномены, известные любому среднему представителю того или иного социума (возрастного, социального, конфессионального, профессионального и т. д.), т.е. феномены, которые могут не зависеть от национальной культуры: общие, например, для всех

мусульман (конфессиональный социум) или для врачей (профессиональный социум).

2. Национально-прецедентные феномены, известные любому среднему представителю того или иного лингвокультурного сообщества и входящие в национальную когнитивную базу.

3. Универсально-прецедентные феномены, известные любому среднему современному *homo sapiens* и входящие в «универсальное» когнитивное пространство («универсальную» когнитивную базу). Обращаясь к этому типу прецедентного феномена, надо иметь в виду, что один и тот же прецедентный феномен для носителей различных культур может иметь несколько различающиеся инварианты восприятия (Том Сойер или Дон Кихот в восприятии носителей русской, белорусской, американской и испанской культур).

Несколько иной вариант аналогичной классификации представлен у Г.Г.Слышкина, который выделяет микрогрупповые, макрогрупповые, национальные, цивилизационные и общечеловеческие прецедентные тексты.

1.5 Критерии прецедентности

Функционирование прецедентных феноменов в разных видах дискурса может иметь существенную специфику. В частности, в массовой коммуникации в отсутствие дополнительных объяснений должны использоваться лишь прецедентные имена, известность которых имеет общенациональный характер. Итак, важным аспектом общеупотребительности прецедентного имени считается постоянное метафорическое использование в соответствующих текстах с отсутствием дополнительных объяснений истоков его метафоричности [Нахимова 2007: 5].

Таким образом, в научной коммуникации возможно употребление преимущественно таких имён собственных, которые хорошо известны лишь учёным; есть имена собственные, которые отличительны лишь для религиозного, спортивного, финансового или регионального дискурса. Другими словами, есть как общеупотребительные прецедентные имена, так и стилистически окрашенные прецедентные имена, известность которых ограничивается рамками того или другого дискурса.

Исследователи выделили следующие критерии прецедентности [Нахимова 2011: 73-81]:

1. Графический критерий (использование строчных и прописных букв). В современных текстах прецедентные антропонимы пишутся как с прописной, так и со строчной буквы. Использование прописной буквы говорит о том, что соответствующее ему существительное понимается автором как имя собственное.

2. Морфологические критерии (использование форм единственного и множественного числа, суффиксация, трансформация грамматического рода и др.). В соответствии с едиными закономерностями русского языка имена собственные, могут использоваться лишь в форме единственного числа, а имена нарицательные способны изменяться по числам. В форме единственного числа иногда употребляются и прецедентные антропонимы, однако данный факт не является показателем отсутствия смысловых преобразований и принадлежности слова к числу имен собственных.

3. Словообразовательный (деривационный) критерий. Деривационная активность, возможность образования от имени собственного различных дериватов также являются показателем актуализации коннотативных признаков. В особенности это относится к таким ситуациям, когда производные слова связаны с вторичными значениями имени собственного.

4. Пунктуационный критерий (использование кавычек). Ещё одним признаком употребления прецедентного имени в виде культурного знака,

который только косвенно связан с носителем соответствующего имени собственного, могут быть кавычки, которые выделяют использование слова в каком-либо не общепринятом смысле.

Важно отметить, что в большинстве случаев прецедентные антропонимы используются в тексте без кавычек.

5. Синонимический критерий (представление имен собственных как однотипных по семантике, образование контекстуальных синонимов). Признаком метафорического применения прецедентных антропонимов нередко служит необычное отождествление их семантики с семантикой других антропонимов.

6. Атрибутивный критерий (использование определений, выделяющих нетрадиционность значения определяемого имени). В похожих случаях при прецедентном антропониме присутствует определение, которое указывает на то, что соответствующее имя употреблено в особом значении. В качестве указанных определений могут использоваться, такие прилагательные и местоимения, как *новый, современный, русский, наш, свой* и другие.

7. Ссылки на источники прецедентности. В одних вариантах прецедентные феномены употребляются в публицистических текстах без каких-либо показателей, но в других случаях в тексте имеется та или иная информация об источниках прецедентности. Это может быть указание на заглавие художественного текста либо его автора, на историческую эпоху либо социальное положение политического деятеля.

В большей степени известные прецедентные имена, зачастую, используются без каких бы, то ни было уточнений. Если автор сомневается, что это имя относится к списку широко известных читателям, то он использует методы актуализации прецедентного имени. Можно допустить, что одной из функций характеристик в схожих контекстах считается конкретно акцентирование не денотативного использования прецедентных феноменов, то есть употребление их в качестве культурных знаков.

Возможно, что рассмотренный выше список показателей специфического актуального смысла прецедентных антропонимов считается незаконченным, но имеющийся материал указывает на то, что при внимательном анализе контекста в нём можно нередко найти и формальные (орфографические, пунктуационные, словообразовательные, морфологические, семантические, лексические и другие) знаки того, в каком конкретно смысле употреблён соответствующий культурный знак. При отсутствии представленных показателей в конкретном окружении имени собственного следует обратиться к широкому контексту и дискурсивным характеристикам данного текста.

1.6 Классификации прецедентных имён

В работах большинства исследователей представлены разные классификации прецедентности. Выбор принципов классификации зависит от цели и задач исследования, рассматриваемого материала, научной школы, к которой принадлежит автор, и ряда других причин.

В настоящее время больше всего распространена классификация Д. Б. Гудкова, И. В. Захаренко, В. В. Красных и Д. В. Багаевой, которые выделили следующее разграничение видов прецедентных феноменов: прецедентные имена, прецедентные названия, прецедентные высказывания, прецедентные тексты [Гудков 1999: 78].

В большем количестве случаев основой для классификации служат понятийные сферы-источники, к которым принадлежат прецедентные феномены в собственных основных значениях (литература, театр, политика, кино, спорт, музыка, наука и др.). Намного реже встречаются исследования, в которых за базу для классификации берутся понятийные сферы-мишени, к которым относятся прецедентные феномены в своих вторичных значениях. Это могут быть такие сферы, как реклама, спорт, политика, наука, СМИ и др.

В процессе изучения часто разграничиваются, с одной стороны, прецедентные феномены, которые употребляются без каких-либо изменений, и прецедентные феномены, которые имеют те или иные смысловые либо структурные трансформации [Нахимова 2007: 122].

Одно из основных мест в публикациях В. В. Красных и других исследователей занимает классификация прецедентных феноменов по характеру прецедентности (в зависимости от степени известности в разных странах, социумах и др.). В данной ситуации выделяют: глобально прецедентные феномены (к примеру, прецедентные имена Дон-Кихот, Отелло и Наполеон Бонапарт известные в разных странах), национально прецедентные (это феномены, которые употребляются в большей степени в одной стране), а также социумно прецедентные (феномены, которые не имеют общенациональной известности, но популярны в некоторых социальных, профессиональных, возрастных или других группах); возможны также прецедентные феномены, известные только в малых группах, например, в отдельной семье [Мишенева 2013: 70].

В некоторых исследованиях в основу для классификации положен метод указания на источник прецедентности (маркер) либо отсутствие данных указаний. В частности, выделяются такие маркеры прецедентности, как библиографическая ссылка, ссылка на автора, расширенная ссылка на автора, ссылка на название произведения, двойные ссылки, неопределенные ссылки, другие виды ссылок на источник, использование лексических и грамматических показателей не вполне традиционного смысла имени и графическое указание на прецедентность.

Стоит отметить, что значимый интерес имеют и отсутствующие на данный момент классификации по гендерным, профессиональным и возрастным характеристикам прецедентных имен, по характеру источниковому онима (антропоним, топоним, астроним и др.).

Отдельную группу могут составить классификации, направленные на базисные когнитивные структуры (стереотипы, оппозиции, элементы картины мира и др.), которые находят внешнее выражение в соответствующих прецедентных именах.

1.7 Сферы-источники прецедентных имён

Перспективность исследования ведущих источников прецедентных имён отмечается почти всеми учёными в связи с определением той среды фоновых знаний, в которую оказывается «погружённым» адресат соответствующих текстов (Ю.Н. Караулов, В.Г. Костомаров, М.А. Соловьева). Прецедентные единицы, будучи связанными с представлениями отдельного лингвокультурного сообщества о «культурных предметах» (феноменах духовного либо материального мира, отражённых в языковом сознании), своим наличием в тексте выражают специфику современного состояния определённого сообщества: его ценностные ориентиры, национальную культуру и национальный менталитет. Разумеется, изучение источников прецедентных имён, употреблённых в дискурсе прессы США, поможет выявить специфические особенности, отличительные для публицистического дискурса. Рассмотрение сфер-источников прецедентности считается также интересным материалом как для оценки эрудиции, жизненного опыта, политических предпочтений, прагматических установок и речевого профессионализма автора, так и для оценки авторского представления о подобных качествах адресата [Костомаров 1994: 231-235].

Ю.Н. Караулов предлагает отнести к числу прецедентных явлений не только словесные тексты, а также и названия музыкальных произведений, произведений архитектуры и живописи, исторические события и имена политических лидеров, что в свою очередь повышает и число вероятных сфер-источников прецедентности. Позднее был выделен ещё более широкий

круг исходных сфер: Библия, античная мифология, музыка, фольклор, популярные песни, политика. При обращении к другим коммуникативным дискурсам (реклама, средства массовой информации, бытовое общение) появляется необходимость применять ещё более детализированную классификацию сфер-источников: политические тексты, наука, спорт, медицина и др. [Караулов 1987: 216].

Наиболее значимыми сферами-источниками прецедентных имён считаются: «Кинематограф», «Политика», «Литература», «Экономика», «Реклама», несколько реже: «Спорт» и «Музыка». Значительно реже, чем в прошлое время, в массовой коммуникации используются прецедентные имена, относящиеся к сферам «Наука» и «Производство».

1.8 Функции прецедентных имён в публицистическом тексте

Современная художественная литература в какой-то степени, но соприкасается с жизнью общества в целом. Художественный текст, отсылая читателя к его фоновым знаниям, влияет на то, как им будет восприняться информация, тем самым текст воздействует на него. Использование адресантом прецедентных феноменов считается признаком попытки повлиять на сознание адресата.

Учёные, анализируя особенности применения прецедентов в художественных текстах, проявляют особый интерес к тем функциям, которые они выполняют. К примеру, функция оценки проявляется в текстах современной художественной литературы особенно ярко, и Д. Б. Гудков отмечает, что оценка, выраженная с помощью прецедентных феноменов, не претендует на объективность, она подчеркнута эмотивна и субъективна [Гудков 2003: 157].

Можно сделать вывод, что, когда адресант употребляет прецедентное имя в тексте, то он на основе ассоциаций, которые возникают у адресата,

отсылает читателя к прецедентной ситуации, но также выражает своё отношение к определённым ситуациям, а за счет экономии речевых средств доносит до читателя главную мысль при помощи меньшего количества языковых единиц.

Согласно Е.А. Нахимовой мы выделяли следующие функции [Нахимова 2007: 150]:

1) Функция оценки

Прецедентные имена – считаются важным средством эмоциональной оценки, не имея логической законченности и точности, они ясно определяют субъективное отношение автора. Как пишет Д. Б. Гудков, оценка, выраженная при помощи прецедентных феноменов, не претендует на объективность, она подчеркнута эмотивна и субъективна [Гудков 2003: 157].

2) Моделирующая функция

Данная функция помогает сформировать представления о мире в виде модели. Прецедентные имена являются важной частью национальной языковой картины мира. С помощью их тому либо другому реальному лицу приписываются конкретные качества, эталонным носителем которых выступает прецедентное имя.

3) Прагматическая функция

Она отвечает за воздействие на читателя. Прецедентные имена, являясь мощным средством воздействия на адресата, помогают переформатировать картину мира, имеющуюся у адресата. Прецедентные имена создают конкретную систему ценностей и антиценностей, которая в той либо иной мере регулирует поведение представителей национально-лингвокультурного сообщества.

4) Эстетическая функция

Прецедентные имена исполняют функцию эстетической оценки мира, привлекают внимание адресата своей нестандартной формой выражения. Когда ПИ рассматриваются как разновидность метафоры, то они

воспринимаются как метафоры, что позволяет им являться средством эстетического воздействия.

5) Парольная функция

Прецедентные имена выступают паролем, названным автором. Когда читатель обращает внимание на данный пароль и расшифровывает его, он становится как бы «посвящённым». Таким образом, читатель входит с автором в одну «команду».

6) Людическая функция

Использование прецедентных феноменов является своим родом языковой игрой, которая помогает снять напряжение в общении между автором и читателем, а так же сделать это общение менее формальным.

7) Идеологическая функция.

Прецедентные имена считаются удобным средством воздействия на социальное поведение широких масс. Появляясь на страницах печатных изданий, они становятся инструментом идеологической пропаганды. Они соединяют в себе яркость образа, необходимую для эффекта внушения, убедительность (демонстрируют результат воплощения социально одобряемых идей на практике), ёмкость, которая роднит прецедентные имена с лозунгом.

8) Эвфемистическая функция.

В публицистических текстах прецедентные имена нередко используются в политических статьях, где важен дипломатический такт, эзопов язык для описания конфликтных ситуаций, событий, которые имеют все шансы спровоцировать конфронтацию. В силу природы аллюзии как скрытого намёка, прецедентные имена, выполняя эвфемистическую функцию, помогают смягчить высказывание, передавая также необходимые эмоции.

9) Полемическая функция.

Такая функция связана с созданием эффекта иронии при столкновении «высоких» образов-цитат с бытовым или другим – «сниженным» – контекстным окружением. Одинаковым образом эффект иронии формируется и сталкиванием цитат из источников, стилистически и мировоззренчески противопоставляемых.

Таким образом, мы видим, что функционально-прагматические особенности прецедентных текстов в современной художественной литературе находятся в большой зависимости от целей писателя. Проанализированный нами материал говорит, что чаще всего прецедентные феномены используются для пародирования атрибутов современной реальности, при этом активно используется их прагматический, парольный, эстетический, экспрессивный, репрезентативный потенциал, а также возможности языковой игры и дополнительной информативности. Почти все названные функции основываются на оценочности и противоречивости прямого и переносного смыслов слов, которые входят в состав трансформированного прецедентного текста. Данные прецедентные феномены отображают переосмысление массовой культурой вечных ценностей, авторитетов, идеалов в угоду сиюминутным значимостям. Сталкивая в рамках одного субтекста ценности классической и популярной культуры, писатели-постмодернисты акцентируют внимание на поверхностности понимания первых и отсутствии глубины вторых.

Выводы по главе 1

Проанализировав основные понятия и определения, мы установили, что прецедентные феномены есть феномены, 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.

Исследуя виды прецедентных феноменов, мы выявили, что основными являются прецедентная ситуация, прецедентный текст, прецедентное имя, прецедентное высказывание.

Прецедентное имя есть индивидуальное имя связанное или с широко известным текстом, как правило, относящимся к числу прецедентных.

В ходе работы было выявлено, что существуют разные подходы к классификации прецедентных имён, и в основу их классификации положены следующие основания: вербальный или невербальный характер, понятийные сферы-источники и сферы-мишени прецедентности, степень известности (в отдельном социуме, в стране или в различных государствах) и продолжительность широкой известности (на протяжении многих столетий или же в течение небольшого промежутка времени), национально-культурная принадлежность, характер источникового онима (антропоним, топоним, астроним и др.).

Также в первой главе были выявлены такие функции прецедентных имён в публицистическом тексте, как: функция оценки, моделирующая, прагматическая, эстетическая, парольная, людическая, идеологическая, эвфемистическая, полемическая.

Следующим шагом работы стал анализ «Литературы» как сферы-источника прецедентных имён, анализ жанра СМИ как сферы-мишени прецедентного имени, а также анализ функционирования прецедентных имён на примерах из выбранных нами британских и американских СМИ (а именно в таких интернет-изданиях, как «The Guardian», «The New York Times», «The Independent», «The Washington Post»).

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ИМЁН СО СФЕРОЙ-ИСТОЧНИКОМ «ЛИТЕРАТУРА» В БРИТАНСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ СМИ

2.1 Характеристика жанра СМИ как сферы-мишени прецедентного имени

В общественных процессах современного коммуникационного сообщества роль общественной коммуникации является важной. Это случилось из-за того, что индустриальное общество, хоть и не в полной мере сменилось коммуникационным, однако коммуникационное общество можно сказать наложилось на него. Люди используют материальное благополучие, появившееся в ходе промышленного производства. Но то, как непосредственно мы живем, и само индустриальное производство в большей степени характеризуется коммуникационными процессами, которые происходят в промышленных предприятиях, в бюрократических структурах, в партиях и общественных движениях, однако, прежде всего - определяется публичной коммуникацией [Фомичева 2007: 173].

История последнего времени напрямую связана с развитием рыночных отношений. На конкретном этапе данные отношения просочились в сферу СМИ. В массовом тексте всё яснее различимы черты продукта. В массовой прессе имеет место тенденция составлять тексты, направленные на удовлетворение непритязательных запросов как можно наиболее широкой аудитории, а так же, как известно, производитель постоянно направляет свой продукт на массовый сбыт с целью получения максимальной прибыли. Следствием этого является желание продать текст (или газету как совокупность текстов) за максимальную цену, не задумываясь о его настоящей ценности. Качество содержания текста отступает на второй план. На первый план выступает «упаковка» продукта – его зрительное

оформление, привлекающее читательское внимание. Массовые печатные издания первыми начинают применять цвет, иллюстрационное сопровождение, большие заголовочные комплексы [Володина 2004: 11].

К одной из причин развития массовой прессы можно отнести последующее расширение функций журналистики. Наравне с гносеологической функцией важную роль начинают играть аксиологическая, творческо-созидательная, эстетическая, рекреативная и гедонистическая функции. С появлением последних двух в значимой мере соединено начало функционирования массовой печати. Рекреативная функция реализуется через предоставление аудитории развлекательных и банализированных материалов, которые были использованы с целью дать читателю расслабиться, отвлечься от личных проблем и работы. Гедонистическая функция реализуется путем исполнения «заказа» читателя, осознания индивидом вовлечённости в коммуникационный процесс. Данные функции исполняет любой вид прессы, но в сфере массовой журналистики удовлетворение рекреативных и гедонистических запросов считается конституирующей приметой представленного типа.

На основе вышесказанного можно сделать вывод, что основной фактор развития массовой прессы объясняется чертами эволюции массового сознания в индустриальном и постиндустриальном обществе. Денежные доходы создаются таким путём, чтобы СМИ не находились в зависимости от полного финансового контроля какой-либо структуры. Управление публичными средствами массовой информации, как правило, выполняется наблюдательными советами. В наблюдательные советы входят представители политических партий, общественных организаций, государственной власти, других объединений, имеющих авторитет и признание в обществе. Данные управленческие структуры выполняют контроль над распределением денежных средств, определяют информационную политику СМИ, смотрят на соблюдение правила

пропорционального распределения эфирного времени меж разными партиями и организациями. Такой распорядок дает возможность согласовывать деятельность СМИ в соответствии с интересами общества и традиционно декларируется особыми законодательными актами. Универсальные СМИ (издания общеполитической тематики, общего профиля) рассчитаны на широкую аудиторию. Социально-политическая, культурная и другая информация, представленная в данных изданиях, предназначена для любого человека, проявляющего интерес к текущим событиям [Добросклонская 2010: 80].

Массовая пресса нацелена на людей с низким уровнем образования, ее читатели – те, кто желает отдохнуть, поразвлечься, выяснить о различных скандалах и сенсациях. Содержание популярных, массовых изданий носит развлекательный, сенсационный характер, и как следствие в них практически отсутствуют материалы публицистических жанров. Массовая периодика отличительна избытком картинок, фотографий, крупными броскими заголовками. Но всё же не стоит считать массовую печать чем-то второсортным, продукцией невысокого профессионального уровня. Правильнее будет говорить об отличительных правилах и стандартах, которые характерны для данного вида журналистики.

Высококачественные СМИ предусмотрены для политических деятелей, представителей деловых кругов для всех тех, кто заведует или владеет политической и экономической властью, а также наблюдает за изменениями в данной области. Эти издания, как правило, учреждены и задействованы политически авторитетными группами людей, институтами общества (либо государственными институтами) для реализации их социально важных интересов и потребностей. Касательно графики можно сказать, что иллюстрации и фотографии используются умеренно. Тексты СМИ представляют собой общественно важные известия, доминирующие в обществе над всеми другими видами текстов. Специфические признаки

медиа-текста нормируются обществом, индивидом, а также одновременно и обществом и индивидом. Показателями, порождаемыми обществом, считаются ценностная направленность, коммерциализация, идеологизированность и фрагментарность. Реципиент структурирует известие, определяя свой статус участника либо очевидца, который находит выражение в таких параметрах медиа-текста, как взаимосоотнесенность с реальным событием и документальность [Каравичева 2005: 9].

Важным признаком медиа-текста считается обозначаемая в нем информация об участниках коммуникации. Картина мира читателей формируется под влиянием масс-медиа, но, индивидуальные картины мира не становятся от этого ненужными. Наличие большого количества информационных источников, нацеленных на различные типы реципиентов, обуславливает поддержание плюрализма представления действительности в информационном поле [Волков 2003: 50].

В настоящее время широкое распространение в текстах СМИ получило использование феноменов прецедентности как составляющих функции воздействия СМИ на индивида.

2.2 Характеристика литературы как сферы-источника прецедентного имени

Как было выявлено ранее, литература является одной из самых популярных сфер-источников прецедентности. Это обусловлено тем, что литература считалась основным источником интертекстуальности, это и способствовало дальнейшему развитию теории прецедентности и возникновению более широкого по отношению к «прецедентному тексту» термина «прецедентный феномен» [Караулов 1987: 216-236].

На основе современных лингвистических исследований, под определением литературного прецедентного имени мы понимаем реальное

или вымышленное индивидуальное имя, связанное с широко известным художественным текстом, относящимся, как правило, к числу прецедентных. Среди литературных прецедентных имён можно выделить реальные имена, т.е. имена авторов, а также вымышленные имена, т.е. имена литературных героев [Боярских 2008: 89].

Как показывают исследования, вымышленные литературные прецедентные имена в дискурсе СМИ встречаются гораздо чаще (61,4 %), нежели реальные (38,6 %). Данное заключение обусловлено тем, что героев художественных произведений больше, чем самих авторов. Цель газетно-публицистического стиля заключается не только в информировании читателей о происходящем, но также в оценке и интерпретации произошедших событий. Таким образом, использование вымышленных имён оправдано тем, что они склонны к метафоризации, а, следовательно, помогают лучше выявить сущность того или другого события и выразить своё отношение к нему [Чудинов 2003: 60].

Исходя из данных фактов, в нашем исследовании рассматривались именно вымышленные литературные имена, стоит отметить, что их употребление основано на актуализации закреплённых в сознании носителей языка и культуры коннотаций, формируемых художественными текстами.

Прежде чем мы перейдём к анализу, стоит внести уточнение касательно фольклорных текстов и их отношения к области литературы. Этот вопрос является спорным, в разных исследованиях «Фольклор» как сфера-источник прецедентности рассматривается или отдельно от области литературы (Смулаковская Р. Л., Снигирёв А. В., Супрун А. Е.), или в её составе (Караулов Ю. Н., Нахимова Е. А.). В своём исследовании мы придерживаемся последнего мнения, а именно рассматриваем фольклор в составе литературы. Однако, мы рассмотрели фольклорные произведения которые наиболее близки к художественным, например, сказки, баллады, а так же нами были рассмотрены сказки, персонажи, которых, хоть и

считаются фольклорными, но фигурируют в сказках, имеющих определённого автора.

2.3 Анализ функционирования прецедентных имён со сферой-источником «Литература» в сфере СМИ

2.3.1 Антропонимы

Прецедентные антропонимы считаются самой распространённой группой онимов в связи с антропоцентричностью мира.

Антропоним – это имя собственное (или набор имён, включая все возможные варианты), официально присвоенный отдельному человеку как его опознавательный знак [Ермолович 2001: 39].

Г. А. Ащенкова образно определяет антропонимы как «памятник народных воззрений», где, с одной стороны, имеет место преемственность языковой культуры, а с другой – отражаются «новые реалии и новые коммуникативные потребности в номинации» [Ащенкова 2010: 3].

Имена собственные становятся показателями знаний и представлений о реальности, репрезентируют массовое коллективное сознание, ценности, связь с культурно-историческим контекстом. Ономастическое пространство «становится своеобразной призмой, через которую в преломленном виде можно наблюдать общество и культуру» [Исаева 2012: 4].

Их использование в медиадискурсе обусловлено тем, что они передают большой объем информации лаконично, не требуя при этом объяснений либо расшифровок. Таким образом, не удивительна востребованность имён собственных в медиадискурсе [Рылова 2014: 95].

Большую группу составляют прецедентные антропонимы со сферой-источником «Детская литература». Тот факт, что детская литература, как одна из отраслей общей литературы, существует, неоспорим. Детская

литература выделяется из общей по исключительному признаку – по читателям, для которых эти книги написаны.

В детской литературе находят свое отражение новые реалии, которые присущи обществу в целом. Именно на этом основании образуются прецедентные феномены, которые формируют когнитивную базу лингвокультурного сообщества [Корнилов 2003: 139].

Сказка – один из самых распространенных, практически универсальных фольклорных жанров. Сказка является своеобразной историей и сокровищницей народной мудрости. Как проявление народной культуры, сказка содержит в себе специфичные для каждого этноса сюжеты, образы и ситуации, что находит выражение в именах действующих лиц

Учитывая организующую роль в художественной парадигме и значимость прецедентных антропонимов в развитии сказочного сюжета данную группу можно считать ядерной.

Сюжет большинства английских народных сказок развивается вокруг героев – главных или второстепенных, которые непосредственно участвуют в создании художественной ткани произведения. Данные прецедентные имена могут подчёркивать отдельные качества главных героев, на которые, и нацелен смысл сказки.

Было установлено, что прецедентные имена со сферой-источником «Сказки», активно используются и в других сферах общения, например, в СМИ.

Рассмотрим примеры использования антропонимов в СМИ:

1. *«After Mr. Howard's election as Conservative leader nine months ago, morale soared among Tory MPs as he tore into Labour at the dispatch box and on television. Nothing he has done seems to have persuaded floating voters that he is **Jack the Giant-Killer** who will topple Tony Blair»* [The Independent – Sunday, August 1, 2004].

В сказке Джозефа Джейкобса «Джек – убийца великанов» 1854 г. («Jack the Giant Killer»), Джек убийца великанов – персонаж, который не имеет фантастической природы, а сохраняет человеческий облик, не смотря на то, что обладает сверхсилой. Джек в сказке берётся за дело – убить великана Корморана, чтобы получить все его сокровища.

В примере из британской газеты «The Independent», антропоним использован в сфере «Политика». Мистера Ховарда (Mr. Howard), метафорично сравнивают с Джеком – убийцей великанов. Ховард не смог убедить избирателей, что он, как Джек сможет победить Тони Блэра, который в свою очередь отождествляется с великаном Кормораном, который в качестве сокровищ будет иметь власть.

В этом сравнении читатели могут проследить иронию автора статьи по поводу грядущих выборов и столкновения двух кандидатов. Многие читатели являются обычными гражданами, которые не разбираются в политических делах, поэтому автор на ярком примере лаконично объясняет, как обстоят дела на выборах.

В данном примере важен дипломатический такт. В силу природы аллюзии как скрытого намёка, антропоним в данной статье, выполняя эвфемистическую функцию, помог смягчить высказывание, также используя функцию оценки, автор передал и необходимые эмоции.

2. «*Men don't get any **Brownie** points for being a breadwinner, it's just the status quo*» [The Independent – Friday, August 19, 2016].

В английском фольклоре «Брауни» («Brownie») – это услужливые человечки бурого цвета, откуда и их название. Они любят посещать шотландские фермы и, пока семья хозяев спит, исполняют разные домашние работы. Следовательно, данный антропоним обладает положительной характеристикой.

В вышеприведённом примере в британской газете «Independent», автор, рассуждая о том, какими чертами должен обладать мужчина, чтобы иметь

статус кормильца, иронизирует, говоря о том, что чтобы считаться таковым, мужчине не нужно обладать чертами Брауни (т.е. быть услужливым человечком, «домовым»). Автор также использует людическую функцию, чтобы сделать общением с читателями менее формальным, а, следовательно, более интересным для читателей статьи с подобной темой, ведь читателю нужно разгадать своеобразный пароль, понять о каких «очках Брауни» («*Brownie points*») идёт речь.

Таким образом, автор описал проблему мужчин и женщин, статуса кормильца наилучшим способом, привлекая интерес читателей.

3. «*He watched on as his son was shrunk to Tom Thumb-size in Tim Burton's Charlie and the Chocolate Factory*» [The Independent – Sunday, August 24, 2008].

В английском фольклоре «Tom Thumb» имеет отличительную черту – маленький размер, является аналогом русского «мальчика с пальчика».

В данном примере автор при описании героя фильма, который стал маленького размера, использует антропоним «Том Фамб», тем самым сравнивая его с литературным героем английских сказок по отличительному признаку. Автор добавляет красочности своему описанию, делая его более привлекательным для читателей, нежели описание в виде «маленький размер». Такая нестандартная форма выражения определённо обращает внимание читателей на себя.

4. «*Over in the Rod Laver Arena, meanwhile, Andy Roddick was like the Master of all Masters* » [The Independent – Friday, January 30, 2009].

В английском фольклоре антропоним «Master of all Masters» – это мастер всех мастеров, т.е. человек, обладающий способностью делать что-либо лучше всех остальных.

В примере из британской газеты профессиональный теннисист – Энди Роддик сравнивается с данным антропонимом с положительной точки зрения. Автор использует функцию оценки, показывая читателем своё

отношение к профессиональным качествам теннисиста, он признаёт его лучшим. Яркость образа соединяется с эффектом внушения своего мнения читателям.

В число одних из самых лучших и популярных произведений на английском языке входят: «Портрет Дориана Грея» и «Унесённые ветром».

Рассмотрим примеры использования литературных прецедентных антропонимов в газетах:

1. «*And this watch has a face even **Dorian Gray** could love*» [The New York Times – Sunday, November 21, 2010].

«Портрет Дориана Грея» – единственный опубликованный роман Оскара Уайльда. Дориан Грей – главный герой романа, молодой аристократ, юный красавец. Дориан Грей был удивительно красивым. Но красота внешняя и внутренняя – разные вещи. К сожалению, Дориан был красив лишь внешне.

Статья из «Нью-Йорк Таймс» посвящена описанию новых часов «BVX», часы унисекс стоимостью 14,600 долларов, имеют темный искривленный корпус из титана и ремешком из крокодиловой кожи. Журналист, говоря о часах, даже неким образом как бы персонифицирует их, сравнивая их красоту с человеческой красотой, а так же иронично заявляет, что они настолько хороши, что их полюбил бы даже Дориан Грей. Комичности описанию добавляет, использованный автором литературный приём каламбур, который заключается в употреблении в одном контексте разных значений одного слова, в данном случае слово «face» – циферблат, лицо.

Таким образом, автор статьи даёт свою оценку часам через их яркое описание.

2. «*Tall and impeccably dressed, with a graying **Rhett Butler** mustache, he is a regular at the annual World Economic Forum in Davos, Switzerland*» [The New York Times – April 19, 2016].

Ретт Батлер – персонаж романа американской писательницы Маргарет Митчелл «Унесенные ветром», 1936 г. Мужчина, пренебрегающий порядками и мнением общества, красавец и богач. Циничен, храбр, решителен и предприимчив. Для достижения успеха в делах не выбирает средства, его репутация оставляет желать лучшего, однако это необычайно умный, мудрый, понимающий и ценящий душевную красоту людей, умеющий любить.

В статье антропоним употребляется при описании миллиардера Нилекани, ему создаётся яркий образ, его внешность сравнивается с внешностью известного литературного героя, который также богат, и тоже, по мнению общества не является народным героем, как и миллиардер, о котором говорится в данной статье.

Также велико количество и антропонимов со сферой-источником «Современная литература», они наиболее частотны по употреблению в СМИ, поскольку данный вид литературы популярен среди читателей в наши дни. По многим современным книгам сняты фильмы, которые имеют большое количество фанатов, и эта широкая известность делает антропонимы со сферой-источником «Современная Литература» подходящим средством для использования в СМИ. Иногда разграничить сферы-источники не представляется возможным. Это происходит в ситуации, когда и литературное произведение, и его экранизация являются значимыми прецедентными феноменами. В таких случаях отсылка на прецедентный феномен относится к сфере-источнику «Литература», а не «Кино», так как литературное произведение первично по отношению к экранизации.

Рассмотрим примеры:

1. «*Seeing Google with the Eyes of Forrest Gump*» [The New York Times – Tuesday, August 10, 2004] – заголовок статьи.

Антропоним происходит из романа Уинстона Грума 1986 года «Форрест Гамп». Так же в этимологическом словаре значение фамилии

героя книги: Gump – dolt, numskull, foolish person (Гамп – болван, глупый человек) [Online Etymology Dictionary].

Форрест Гамп – умственно неполноценный человек, который, по мнению окружающих, является «дурачком». По сюжету он выступает инвестором для, как он выражается, «какой-то фруктовой компании» – Apple (переводится как яблоко, ассоциация с фруктовой компанией), и, по счастливой случайности, становится невероятно богатым человеком.

Автор статьи метафорически переносит ситуацию из книги, сравнивая две компании Гугл (Google) и Эппл (Apple), которые обе на старте имели высокую цену, тем самым автор пророчит Гугл тот же успех, что имеет и компания Эппл. Таким образом, автор достигает эффекта экспрессивности в сознании читателей, уже с заголовка статьи формируя яркий образ. Большинство читателей знакомы с сюжетом данной книги, поэтому для них становится понятна ситуация с Гугл на простом для них примере, а для тех, кто не обладает фоновыми знаниями, в статье журналист поясняет ситуацию из романа.

Благодаря использованию антропонима в данном примере, автор привлекает читателей к своей статье через заголовок, с самого начала вызывая в них интерес и желание прочитать статью. Используя ироническую функцию, автор выражает свою оценку, показывает, насколько проста и понятна ситуация. Переживая иронический смысл, адресат творчески участвует в процессе оценивания, настраивается адресантом на успешную коммуникацию, в данном примере с самого начала сообщения.

2. «*Weitz, a history professor at the City College of New York and an expert on the Armenian genocide, called Mr. Akcam “the **Sherlock Holmes** of Armenian genocide»* [The New York Times – Saturday, April 22, 2017].

В серии произведений о Шерлоке Холмсе 1887 года английского писателя Артура Конан Дойла главный герой Шерлок Холмс – знаменитый лондонский частный детектив.

В повести Шерлок Холмс имеет образ необыкновенно наблюдательного человека, способного разгадать некую головоломную ситуацию, объяснить нечто, казавшееся необъяснимым.

В статье британской газеты Мистера Акчама называют «Шерлок Холмс по геноциду армян», метафорично сравнивая его с героем литературного произведения. Ему даётся положительная оценка, как эксперта по геноциду армян, приписывает качество уникального ума Шерлока Холмса. Как средство эмоциональной оценки антропоним ясно выражает субъективное мнение профессора Вейца. Антропоним помогает лаконично сформулировать мнение, не расписывая все положительные характеристики учёного.

Использованный антропоним помогает выделить учёного из массы других учёных, и такой яркий образ, несомненно, останется в памяти читателей статьи.

3. *«It was for neither work nor play, but rather a **Great Gatsby** garden party»* [The New York Times – Thursday, April 18, 2017].

«Великий Гэтсби» – роман 1925 года американского писателя Фрэнсиса Скотта Фицджеральда. Гэтсби – главный герой, богатый человек, который чуть ли не ежедневно устраивает роскошные вечеринки для местных знаменитостей, которые приходят в ярких нарядах

В статье описывается ежегодный пасхальный бал в Белом Доме, куда Президент Трамп пришёл со своей семьёй. Наряд его жены (Меланьи Трамп) привлёк внимание журналистов и послужил причиной для сравнения бала с вечеринкой в саду у Великого Гэтсби. Автор статьи иронизирует насчёт наряда, даёт понять, что он одет не по случаю, тем самым, используя антропоним, автор скрыто показал свою субъективную оценку, сохраняя дипломатический такт.

4. *«As we passed each other and nodded goodbye, I pictured the three of us airborne, floating skyward like **Mary Poppins** – human kites, flying away on the*

God-sent breeze and good cheer» [The New York Times – Wednesday, May 10, 2017].

Мэри Поппинс – героиня цикла повестей Мэри Поппинс (1934) английской писательницы Памелы Трэверс по сюжету является няней-волшебницей, воспитывающей детей в одной из лондонских семей. Она имеет особенность передвигаться весьма оригинальным способом – по ветру, который сама легендарная няня называет «ветром перемен»:

В статье автор рассказывает о погоде, о сильном ветре, и чтобы наиболее представить ситуацию для читателей, он использует антропоним «Мэри Поппинс», иронично сравнивает себя и свою семью с ней, рисуя в воображении читателей яркую картинку. Использованное автором сравнение обладает нестандартной формой, ярко описывая погодные условия.

Ещё одна популярная серия романов о «Гарри Поттере» принадлежит английской писательнице. В силу популярности данных книг, обществу хорошо известны главные герои и их черты, что делает использование имён персонажей удобным в качестве прецедентных в газетах.

При поиске мы столкнулись с проблемой того, что такие имена как Гарри Поттер, Волдеморт чаще выступают как собственно имена, а не прецедентные имена, однако нами были найдены и такие примеры, в которых имена выступали собственно как прецедентные.

1. «*He looks like **Harry Potter** ever since*» [The Independent – Wednesday, March 6, 2013].

Гарри Поттер – протагонист серии романов, известен как волшебник, дважды одержавший победу над тёмным магом Волан-де-Мортом, и единственный, кто устоял в 8 битвах с ним. Персонаж приобрёл большую популярность во всём мире. По внешности он худощавый, носит круглые очки, шрам в виде молнии на лбу.

В статье из британской газеты «Индепендент», британский комик Джон Оливер внешне сравнивается с героем романов, конкретное описание

их схожести в статье не даётся, но посмотрев на фото, мы видим, что он так же худощав и носит очки. Использование антропонима придаёт образности в описании героя статьи.

Ещё один известный герой серии романов Лорд Волан-де-Морт (Лорд Волдеморт). Это главный антагонист серии, великий тёмный волшебник, обладающий огромнейшей магической силой и практически достигший бессмертия при помощи самых низменных приёмов чёрной магии, держит в страхе весь волшебный мир, а также угрожает всему миру.

1. «*Who is Wall Street's Voldemort, and why is he so feared?*» [The Washington Post – Thursday, April 19, 2012] – заголовок статьи.

К темному волшебнику любят отсылаться журналисты и политические аналитики, так, например, использование литературного имени Волдеморт в данном примере из американской газеты «Вашингтон Пост». В данной статье автор приписывает набор негативных характеристик бизнесмену Бруно Иксилу, который пытается влиять на деловой мир Уолл-стрит. То, что пытался сделать Волдеморт с помощью магии и устрашения, контролируя цензуру в газете «Еженедельный пророк», бизнесмен делает с помощью денег по отношению к газетам Нью-Йорка.

2. «*Donald Trump is 'He Who Must Not Be Named' at UN climate change meeting*» [The Independent – Friday, March 24, 2017] – заголовок статьи.

Ещё один пример отсылки журналистов к главному антагонисту серии, в книге Волдеморта так же называют «Тот, кого нельзя назвать». В данном примере автор иронично сравнивает Дональда Трампа с негативным персонажем, поскольку, как имя Волдеморта, так и имя Дональда Трампа на заседании не многие отважились упомянуть. Трамп пообещал вывести США из Парижского соглашения об изменении климата и назначил ряд учёных, занимающихся проблемами климата, на ключевые позиции в своей администрации к ужасу большей части остального мира. Таким образом,

негативные характеристики персонажа выступили прецедентными для характеристики 45-ого президента США.

Использование антропонимов в данных заголовках, привлекает внимание читателей, добавляет образности и яркости, так же подогревает интерес, поскольку используется в качестве некой языковой игры, а так же помогает автору лаконично выразить свою оценку.

Из всех рассмотренных примеров, очевидно, что антропонимические прецедентные имена активно используются в сфере англоязычных СМИ. Одна из основных целей их использования – придание образности повествованию. Также они используются для выражения автором оценки в лаконичной форме.

2.3.2 Топонимы

Вторая группа ономастического пространства представлена топонимами. Вопросы о топонимике изучались такими филологами, как Юрий Сергеевич Степанов. Топоним был определён как имя собственное, обозначающее собственное название географического объекта [Нимгирова 2011: 75].

В литературе также присутствует немалое количество топонимов, писатели часто придумывают названия географических объектов, в которых происходит действие их произведений. Географические названия превращаются в художественный инструмент писателей, служат средством передачи своеобразия места, позволяют подчеркнуть особенность территории действий. [Пасхалов 2008: 126].

Значительное количество топонимов со сферой-источником «Детская литература» в какой-то степени, но связано с семантикой вымышленного мира. Хотя большинство топонимов, которые функционируют в сказке, являются реальными географическими объектами, ныне существующими

или некогда существовавшими на территории Британских островов. Таким топонимам характерна некоторая прецедентность, то есть смысловая связь с сюжетопостроением сказки и ее контекстуальной семантикой. [Мартыненко 2014: 136].

Однако если рассматривать топонимы с точки зрения организации внутреннего сказочного пространства, которое никак не зависит от существования пространства окружающего человека мира. Прецедентные (вымышленные) топонимы часто не обладают четкой конкретикой, им свойственна «расплывчивость» значения и частотность употребления.

Рассмотрим примеры использования топонимов в СМИ:

1. «*Cornwall walking holidays: take a hike along the **Lizard Cliff***» [The Independent – Wednesday, April 20, 2016].

Топоним Утёс Ящериц, является топонимом, в основу которого положено название, связанное с флорой и фауной. В этих местах по мотивам сказок обитают ящерицы.

В примере из британской газеты, автор использует данный антропоним, чтобы привлечь внимание читателя к своей статье, в которой он рекламирует пешеходные прогулки. Данный топоним добавляет яркий образ месту, в которое должны отправиться участники прогулки, необычные места заинтересовывают немалое количество людей, как минимум после прочтения данной статьи многим захочется узнать поподробнее об этой прогулке, о месте. Тем самым, автор достиг своей цели: привлечение клиентов.

2. «*Britain First took themselves to **Sherwood Forest** this week to warn people about knife-wielding migrants living in the woods*» [The Independent – Sunday, July 3, 2016].

Шервудский лес по английским народным балладам, место, где обитал Робин Гуд – предводитель лесных разбойников, они грабили богатых и отдавали всё бедным.

Сейчас же Шервудский лес является парковой зоной, расположенной в графстве Ноттингемшир, Англия, является остатком гораздо большего леса, исторически связанного с легендами о Робине Гуде.

В примере из газеты, говорится об опасной ситуации: нелегальные мигранты с ножами обитают в лесу. Однако, автор статьи отмечает, что они не как благодетели из легенды, а могут нанести вред. Автор, проведя аллюзию на балладу, предупредил людей, и ему удалось в необычной форме изложить новость, которая не является хорошей, но добавив образности ситуации, автор привлёк внимание читателей к проблеме.

В современной литературе в последнее время стал крайне популярен жанр фэнтези, он имеет большое количество читателей, а авторов, пишущих в данном жанре становится всё больше.

Произведения фэнтези чаще всего напоминают историко-приключенческий роман, действие которого происходит в выдуманном мире, близком к реальному. В отличие от научной фантастики, фэнтези не стремится объяснить мир, в котором происходит действие произведения, с точки зрения науки. Сам данный мир существует гипотетически, часто его местоположение относительно нашей реальности никак не оговаривается, в таком мире реально существование колдовства, мифических существ либо любых других фантастических существей. В то же время принципиальное отличие чудес фэнтези от их сказочных аналогов в том, что они являются нормой описываемого мира и действуют системно, как законы природы.

Одним из популярных произведений является «Хроники Нарнии» – цикл из семи фэнтезийных книг 1950-1960 г., написанных Клайвом Стэйплзом Льюисом. В них рассказывается о приключениях детей в волшебной стране под названием Нарния.

Нарния – мир, являющийся местом действия в большинстве книг серии, она показывает историю Нарнии от её сотворения до конца. Страна в этом мире имеет особое сакральное значение. В Нарнии многие животные

могут говорить, живут мифические создания и магия является свойством многих существ, магия никого не удивляет, а добро борется со злом.

Рассмотрим пример с данным топонимом в СМИ:

1. *«The Explore tab is your gateway to such oddities. To access this digital Narnia, you open up Instagram and tap the icon of a magnifying glass in your account. That leads you to an overwhelming grid of pictures and videos that renews endlessly by way of an algorithm that none of us will ever comprehend»* [The New York Times – January 5, 2017].

В статье из американской газеты «Нью-Йорк Таймс» («The New York Times»), автор описывает правила пользования «Инстаграм» – бесплатное приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, просматривать файлы других пользователей. Метафорично сравнивая вкладку «Поиска» с Нарнией, автор добавляет яркий образ, ведь в книге, чтобы попасть в Нарнию, нужно было пройти через шкаф, а здесь, чтобы попасть в ленту ярких фото и видео, нужно также «пройти через шкаф», т.е. нажать на иконку. Нестандартная форма выражения делает это пособие по использованию приложения не скучным для прочтения.

Ещё одним популярным романом-эпопеей в стиле фэнтези является «Властелин Колец» английского писателя Дж. Р. Р. Толкина.

Мордор («чёрная страна») в легендарии Толкина – область на юго-востоке Средиземья к востоку от Андуина, владения Саурона – главного антагониста трилогии, врага всех свободных народов. Главные герои – Фродо и Сэм отправились туда, чтобы уничтожить Кольцо Всевластья. Мордор уникален благодаря трём огромным горным хребтам, окружающим его с севера, запада и юга и защищающим эту землю от неожиданного нападения.

1. *«It was shocking: a baleful black chamber the color of new asphalt, or volcanic rock, or Mordor»* [The New York Times – March 23, 2017].

В статье рассказывается о походе, совершённом в Национально парке в калифорнии, где растут «деревья-гиганты», оказавшись среди которых можно ощутить себя как в «Мордоре» – чёрной, тёмной стране. Используя данный антропоним, журналист пытается передать свои ощущения, описать как можно ярче то, что предстало перед его глазами. В данном предложении топоним воспринимается как метафора, воздействует на образы, которые возникают в воображении читателей.

Также, данный антропоним фигурирует в политических статьях, в которых упоминается Дональд Трамп, недавно ставший президентом США.

2. «*The Trump elevator is the new Mordor*» [The New York Times – January 11, 2017].

В данной статье берётся интервью у Питеря Тиля – американского бизнесмена, он должен либо подтвердить, либо отрицать утверждения. Одно из утверждений: «Подъём Трампа – это новый Мордор», на него бизнесмен шутливо отвечает: «Отрицаю, хотя это близко» («Deny, although that's close»).

В данном примере Трамп иронично сравнивается с правителем Мордора (тёмного мира), поскольку он, по мнению многих людей не может грамотно управлять страной, а будет управлять ей, как бизнесмен своей компанией, и страна будет являться Мордором, где Трамп будет являться тёмным владыкой. Использование антропонима добавляет образности высказыванию.

3. «*Trump's head nestles in the protective crook of the state of Florida, his face turned stalwartly eastward, away from Mexico, his Mordor*» [The New York Times – March 11, 2016].

Ещё один пример, в котором Трамп сравнивается с владыкой тёмного мира Мордора, Сауроном – главным антагонистом, врага всех свободных народов. Трамп не раз вызывал раздражение в Мексике, поэтому такое сравнение неудивительно. Поэтому, журналист ярко и лаконично обозначил мнение о Трампе, которое имеется в обществе.

4. «*I feel like I am in Middle-earth hearing about return of Sauron*» [The New York Times – July 30, 2013].

Трампа как мы видим не единственный президент, который сравнивался с Сауроном, в данной статье с ним сравнивается и Барак Обама.

Средиземье так же было упомянуто во «Властелине Колец» является местом действия в вымышленной вселенной легендарного Дж. Р. Р. Толкина. Находясь в этом месте, главные герои узнают о возвращении Саурана.

Данная цитата из СМИ была произнесена консервативным блоггером Джеймсом Петокукисом после речи президента, в которой он рассказал о том, что он хочет ещё сделать для страны до своего ухода, однако, блоггер не поддерживает его точку зрения. Петокукис образно сравнивает место выступления президента со Средиземьем, куда он себя как бы мысленно переносит. Через данное сравнение блоггер даёт свою негативную оценку планам Президента и делает это необычным образом, что привлекает внимание читателей.

Использование топонимов в данных статьях с политической тематикой являются удобным средством воздействия на мнение широких масс. Они соединяют в себе яркость образа, необходимую для эффекта внушения, убедительность, ёмкость, которая роднит их с лозунгом. Таким образом, они выполнили идеологическую функцию, заставили некоторых читателей также составить плохое мнение о президентах США.

Ранее уже упоминалась популярная серия романов о «Гарри Поттере», которая принадлежит английской писательнице Джоан К. Роулинг, однако не только антропонимы, но и топонимы используются в газетных статьях.

Хогварст является самым популярным топонимом серии, это место уже глубоко закрепилось в сознании многих людей, и вряд ли, спросив кого-либо о том, что же такое Хогварст, вы не получите ответ.

1. *«Deep State, like **Hogwarts**, is a secret shadow institution that exists, invisibly, beneath and alongside everything you know about and see»* [The Washington Post – Tuesday, March 7, 2017].

Хогвартс – вымышленное учебное заведение волшебников из вселенной «Гарри Поттера», место скрыто от мира магглов (обычных людей), оно известно лишь волшебникам.

В американской газете «Вашингтон Пост» речь идёт о Государственном департаменте, тайны которого, как и тайны о Хогвартсе знают немногие, попасть туда так же сложно. Автор в своей статье добавляет образности описанию, сравнивая его с Хогвартсом, чтобы привлечь большее внимание читателей, чтобы люди захотели прочитать его статью, чтобы она была не скучной для прочтения.

Из данных примеров можно сделать вывод, что топонимы, появляясь в статьях СМИ, обращают внимание читателей на себя, помогают им образно погрузиться в атмосферу, в которой пребывают журналисты, а также передать идею авторов, которую они пытаются донести до читателей.

2.3.3 Зоонимы

Зоонимы являются ещё одной группой прецедентных имён, под которыми понимаются имена, принадлежащие животным. Рядченко Н.Г. отмечает, что зоонимика является одним из самых молодых направлений ономастики, а термин зооним впервые появился в языкознании 60-х годов. Исследователи данного направления в ономастике отмечают, что наряду с практической существует литературная зоонимия. Это направление является практически не изученным, не существует онимических словарей и серьезных исследований литературной зоонимии [Бондалетов 1983: 26].

Число зоонимов в ономастическом пространстве английской народной сказки довольно невелико. Согласно общепринятой классификации,

создателем которой является отечественный исследователь В.Я. Пропп, народные сказки делятся на волшебные, сказки о животных и бытовые сказки [Пропп 1986: 112].

Мы считаем, что вышеупомянутую классификацию можно применить и к английским народным сказкам, только их соотношение будет другим. Сказки о животных в английском фольклоре не находятся на ведущих позициях, поскольку главная роль принадлежит волшебным и бытовым сказкам.

В большинстве случаев они используются в сказках, в которых действуют представители животного мира, например, млекопитающие, рыбы, птицы. Почти все такие имена построены по принципу аллитерации – повторение одинаковых или однородных согласных, как, например, в русских сказках – зайка-попрыгайка, а в английских – Goosey-roosey (гусь), Henny-penny (курица), Cockylocky (петух), Ducky-daddles (утка), Turkey-lurkey (индюшка).

Рассмотрим примеры использования зоонимов в СМИ:

1. *«The notion that one or more planets have actually exploded in our solar system is not without its supporters in the science of astronomy. If their predictions concerning the explosive origins of asteroids and comets are proved correct. And **Henny-Penny** won't be the only one to wake up with a sore head»* [The Independent – Thursday, September 17, 1998].

Хенни-Пенни (курица) по сюжету сказки что-то ударяет по голове, после чего она решает, что небо падает и решает об этом сообщить королю, и идёт к нему вместе со своими друзьями Goosey-roosey (гусь), Cockylocky (петух), Ducky-daddles (утка), Turkey-lurkey (индюшка). Но по пути Foxu-Woxu – это старый хитрый лис, заманивает их в тёмное логово, собираясь съесть, поэтому им пришлось бежать и спасаться, так и не передав королю, что небо падает

Упоминание зоонимов в данной статье связано с астрономией, говорится о представлении того, что если некоторые планеты в нашей Солнечной системе действительно взорвались то тогда, не только Хенни-Пенни (герой сказки) будет просыпаться с больной головой» если будет доказано, что это действительно так.

Автор усиливает и без того шокирующую новость, используя зооним, добавляет яркий образ. Данное сравнение делает авторское сообщение менее формальным. Научные новости многие считают скучными для чтения, однако авторская ирония поможет запечатлеть новость в памяти читателей, добавляет важность сложившейся ситуации.

2. *«The "New" proletariat for Labour, once tribunes of the horny-handed sons of toil, is the poor foxy-woxy»* [The Independent – Friday, May 30, 1997].

Зооним Фокси-Вокси был рассмотрен в сюжете сказке в примере выше.

В данной статье британского журнала зооним «Foxy-Woxy» использован в сфере «Политика». В данной сфере важен дипломатический такт, поэтому авторам приходится высказывать своё мнение и давать оценку через сравнения. Зооноим использован с ироничным окрасом, новый пролетариат для партии Труда сравнивается бедным лисом. Данная аллюзия, как скрытый намёк, помогает смягчить высказывание, но в то же время добавляет образности и лаконично объясняет обычным людям политическую ситуацию.

Иногда зоонимы в сказке могут приобретать особые оттенки значения, носящие довольно неустойчивый характер, и обладать расплывчатостью, что приводит к так называемой «семантической текучести», благодаря чему отличие одного денотата от другого станет крайне затруднительным. Так, в сказке «Stars in the Sky» лошадь именуется Four Feet (четыре ноги), а рыба – No Feet At All (без ног). Подобные характеристики носят обобщающий характер, не являясь отличительным признаком данного персонажа.

Пример:

«*Four Feet* Companion Foundation. Our vision is to end animal suffering»
[The Independent – Saturday, February 13, 2016] – заголовок статьи.

В данной статье говорится об организации по поддержке животных («четвероногих») называется, как «Four Feet Companion Foundation», их цель заключается в том, чтобы помочь животным. А образное и лаконичное наименование «четвероногие» используется для всех животных.

Также большой популярностью обладает зооним «Чеширский кот», взятый из сказки «Алиса в стране чудес», написанной английским писателем Чарльзом Лютвиджем Доджсоном под псевдонимом Льюис Кэрролл и изданная в 1865 году.

Чеширский кот – это персонаж, который постоянно улыбающийся, обладающий способностью телепортироваться по собственному желанию, быстро исчезать или, наоборот, постепенно растворяться в воздухе, оставляя на прощанье лишь улыбку. Он занимает Алису не только забавляющими её разговорами, но и порой чересчур досаждающими философскими размышлениями.

Рассмотрим примеры употребления данного зоонима в СМИ:

1. «*Why the Cheshire cat is grinning*» [The Guardian – January 25, 2003] – заголовок статьи.

Данный пример выступает заголовком к статье в британской газете «The Guardian», автор задаёт ироничный вопрос читателям, обращая их внимание на статью через интересный вопрос в заголовке. Читатели задаются данным вопросом и спешат прочитать статью с целью узнать ответ.

Персонаж «Чеширский кот» своим именем связан с графством Чешир (Честершир). В статье говорится о том, что местом, которое пользуется большим ростом цен с 1988 года – является Лимм в графстве Чешир («the location that has enjoyed the strongest price growth since 1988 is Lymm in Cheshire»). Таким образом, читатели узнают ответ на ироничный вопрос автора, а, апеллируя зоонимом, журналисту удаётся создать яркий образ кота,

ухмыляющегося над высокими ценами на жильё, в шутливой форме автор скрыто намекает о своём отношении к проблеме высоких цен.

2. «*Net neutrality has its day in court – with lawyers, Christians and the Cheshire Cat*» [The Guardian – December 5, 2015] – заголовок статьи.

Зооним так же, как и в предыдущем примере использован в заголовке к статье. Автор использует парольную функцию, задавая пароль читателю, разгадав который он станет как бы тоже «посвящённым».

Прочитав данный заголовок, остаётся непонятным факт упоминания Чеширского кота, и, чтобы разобраться в этом вопросе, нужно прочитать статью. В ней говорится о том, что в суде рассматривался вопрос о том, чтобы усложнить систему доступа к интернету.

Адвокат Кейслер, когда дело было решено в пользу, того, чтобы оставить всё как есть, прокомментировал ситуацию таким образом: «Это было похоже на Чеширского кота. Тело, все юридическое обоснование, исчезло, но улыбка все еще была там» («It was like the Cheshire Cat,” he said. “The body, the whole legal rationale, disappeared, but the smile was still there»).

Кейслер, в своей речи упоминает качество Чеширского кота телепортироваться, сравнивая дело в суде с Чеширским котом, он олицетворяет отвлечённое понятие, а также иронизирует, говоря о том, что «улыбка всё ещё осталась», он показывает своё шутливое отношение к данному вопросу об изменении интернета, который он изначально считал неразумным.

Из рассмотренных примеров, видно, что зоонимические прецедентные имена используются в СМИ с целью выражения авторской иронии, а так же используются в заголовках, чтобы привлечь внимание читателей и заинтересовать их прочитать статью.

Выводы по главе 2

В данной главе нами были изучены характеристики «Литературы» как сферы-источника прецедентного имени, а СМИ как сферы-мишени прецедентного имени.

В рамках проведённого практического исследования прецедентные имена были поделены на три группы по характеру источникового онима (антропонимы, топонимы, зоонимы).

Исследование показало, что употребление прецедентных имён является характерным для британских и американских СМИ.

Нами было проанализировано 80 примеров из британских и американских интернет-изданий («The Guardian», «The New York Times», «The Independent», «The Washington Post»), включающих 52 примера с антропонимами (65%), 21 пример с топонимами (26,25%), 7 примеров с зоонимами (7,75%). (Приложение 2)

Проведённый анализ примеров из британских и американских интернет-изданий показал, что антропонимы – это самая многочисленная группа, что объясняется антропоцентричностью мира, которая выражается в её ориентации на человека. Топонимы и зоонимы реже используются в СМИ.

Основная направленность текстов прессы на информирование и воздействие на читателя, а также вынужденная экономия языковых средств являются причинами преобладания на страницах прессы прецедентных имен. Они являются – самым экономным способом описания и выражения оценки, а апелляция к прецедентным именам со сферой-источником «Литература», - эффективным средством воздействия на читателя.

Нами был приведён подробный анализ 26 примеров с прецедентными именами (13 примеров с антропонимами, 8 с топонимами и 5 с зоонимами). Примеры, не представленные в анализе в работе, представлены в Приложении 1.

На основе всех примеров, мы выяснили основные цели и функции их использования прецедентных имён в англоязычных СМИ – придание образности (эстетическая функция) и лаконичности повествованию, выражение авторской оценки (функция оценки), смягчение авторских высказываний (эвфемистическая функция), привлечения внимания читателей и воздействие на них (прагматическая функция). А также выяснили, что каждое прецедентное имя, функционируя в контексте, выполняет сразу ряд функций. (Приложение 3)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная работа была посвящена изучению прецедентных имён со сферой-источником «Литература» в СМИ. Целью исследования являлось выявление и описание специфики вербализации прецедентных имён в СМИ, для достижения которой было проведено теоретическое исследование. В ходе него мы выяснили, что прецедентные имена представляют собой культурно значимые, известные и воспроизводимые всеми членами определенного лингвокультурного сообщества текстовые вкрапления, помогающие журналистам расширить рамки текста, вызвав у читателя необходимые ему представления и ассоциации. Далее, изучив классификации и функции, нами была выбрана классификация прецедентных имён по характеру источниковому онима, а также, используя функции прецедентных имён по Нахимовой Е. А., мы провели практическое исследование.

Важнейшая роль литературы при изучении культуры страны неоспорима, она является важной составляющей национально-языковой картины мира. Наблюдения показывают, что количество имён со сферой-источником «Литература», используемых в качестве прецедентных, стремительно расширяется, растёт и частотность их использования. В наши дни публицистика, также как и живая речь насыщена, новыми словами, названиями, контекстом; значителен и рост употребления прецедентных имён. Данные факты обусловили наш выбор британских и американских интернет-изданий газет в качестве материала исследования.

В ходе практического исследования мы проанализировали и описали специфику вербализации литературных прецедентных имён в контексте газетных статей, разгруппировав их по видам. В результате мы пришли к выводу, что наиболее употребляемым видом прецедентных имён являются прецедентные антропонимы, поскольку они являются широко известными именами собственными, они используются в тексте не для обозначения

конкретного человека, а в качестве своего рода культурного знака, символа определенных качеств. Далее по частности идут прецедентные топонимы – это географические названия, они значимы в культурно-историческом плане. Прецедентные зоонимы – имена, принадлежащие животным, встречаются значительно реже, стоит отметить, что зоонимика является практически не изученным направлением. Изучая функции данных имён в контексте, мы выяснили, что их использование связано с речевой экономией, они добавляют экспрессивности речи, а также привлекают внимание и производят впечатление на читателей, воздействуя на них посредством сопоставления новой информации и фоновых знаний.

Итак, мы считаем, что нам удалось достичь цели, а также решить все задачи, поставленные нами в начале исследования.

Поскольку прецедентные имена широко применяются во всех разновидностях англоязычных средств массовой информации. Они играют большую роль в обеспечении доступности и понимания излагаемой информации для всех слоев общества, а так же установлении межнациональной коммуникации. Знание смысла прецедентных имён помогает лучше понять информацию, представленную иноязычными СМИ, поэтому в дальнейшем можно рассмотреть не только интернет-издания газет, но и другие сферы употребления прецедентных феноменов, а также другие сферы-источники и произвести их анализ.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ахметжанова З. К. Функционально-семантические поля русского и казахского языков: (Опыт сопоставительного исследования). – Алма-Ата: Наука Казахской ССР, 1989. – 108 с.
2. Ащенкова Г. А.. Антропонимы как аттрактивные элементы французской лингвокультуры существительных // Антропонимическая лингвистика. – Иркутск: Изд-во ИГЛУ, 2010. – С. 3–12.
3. Барт Р. От произведения к тексту (Избранные работы: Семиотика: Поэтика). – М.: Прогресс, 1994. – С. 413 – 423.
4. Бондалетов В. Д. Русская ономастика: Учеб. Пособие для студентов пед. ин-тов. По спец. № 2101 «Рус. яз. и лит». – М.: «Просвещение», 1983. – 224 с.
5. Боярских, О. С. Прецедентные феномены со сферой-источником «Литература» в дискурсе российских печатных СМИ (2004-2007): дис. канд. филол. наук: 10.02.01 / О. С. Боярских. Екатеринбург, 2008. - 231 с.
6. Волков А.. А.. Филология и риторика массовой информации / А. А. Волков // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие. – М.: Изд-во МГУ, 2003. – С. 50 – 65.
7. Володина М. Н. Язык СМИ – особый язык социального взаимодействия / М. Н. Володина // Язык средств массовой информации: Учебное пособие по специализации. – В 2-х ч. – Часть 2. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. – С. 11 – 39.
8. Гудков Д.Б. Структура и функционирование двусторонних имён (к вопросу о взаимодействии языка и культуры) // Вестник МГУ. Сер. 9. – М.: Филология, 1994. – № 6. – С 34-35.
9. Гудков Д. Б. Прецедентные феномены в языковом сознании и межкультурной коммуникации – М.: ИТГДК Гнозис, 1999. – 108 с.

10. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М., 2003. – 288 с.
11. Денисова Е. В. Лингвокультурологические особенности фольклорного прецедентного имени // Материалы X международной научной конференции по переводоведению «Федоровские чтения», 23 – 25 октября 2008г. Вып. 10. СПб, 2009. – С. 182-188
12. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). – М.: Приор, 2010 – С. 65– 80.
13. Дымарский М. Я. Феномен прецедентности и преемственность культур – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2004. – С. 51 – 62.
14. Ермолович Д. И. Имена собственные на стыке языков и культур. – М.: Валент, 2001 – 200 с.
15. Захаренко И.В. Прецедентные высказывания и их функционирование в тексте // Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации. – М.: Филология, 1997. – С. 92-99
16. Захаренко И. В. К вопросу о каноне и эталоне в сфере прецедентных феноменов – М.: Филология, 2007. – Вып. 1. – С. 16 – 18
17. Захаренко И. В., Красных В. В., Гудков Д. Б., Багаева Д. В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов // Язык. Сознание. Коммуникация: сб. ст. – М., 1997. – С. 84 - 87.
18. Исаева Е. Ф. Функции антропонимов в художественном тексте (на материале произведений испанских и русских авторов конца XX – начала XXI века): автореф. дис. канд. филол. наук / Е. Ф. Исаева. – Москва, 2012. – 18 с.
19. Каравичева Т. В. Эволюция языка СМИ в публикациях экономической и социально-правовой тематики: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т. В. Каравичева. – Тамбов, 2005. – 22 с.

20. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 264 с.
21. Корнилов О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. – М., 2003. – 349 с.
22. Королева Н. В. Средства и способы реализации интертекстуальности в научном дискурсе: дис. ... канд. филол. наук / Н. В. Королева. – Саранск, 2004. – 209 с.
23. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи (из наблюдений над речевой практикой масс-медиа). – М.: Педагогика-Пресс, 1994. – 246 с.
24. Костомаров В. Г. Прецедентный текст как редуцированный дискурс // В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвикова Язык как творчество. – М.: Институт русского языка РАН, 1996. – С. 297.
25. Костомаров В. Г. Как тексты становятся прецедентными / В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвикова // Русский язык за рубежом. – 1994. – № 1. – С. 73 – 76.
26. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М.: Наука, 2003. – 375 с.
27. Красных В.В. Основы психолингвистики и основы коммуникации. – М.: ИТДГК Гнозис, 2001. – 270 с.
28. Красных, В.В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц в коммуникации [Текст] //В.В.Красных, Д.Б.Гудков, И.В.Захаренко, Д.Б. Багаев. – «Вестник МГУ», 1997. – С. 164.
29. Лисоченко О. В. Явление прецедентности в современной русской речи: дис. ... канд. филол. наук / О. В. Лисоченко. – Таганрог, 2002. – 190 с.
30. Лукьянова Н. А. Экспрессивная лексика разговорного употребления (проблемы семантики) – Новосибирск: Наука, 1986. – 230 с.
31. Макарова Я. П. Особенности детской литературы как воплощение детской языковой картины мира / Я. П. Макарова // Мировое культурно-

- языковое и политическое пространство: взгляд через столетия. – М., 2013. – С. 173 – 178.
32. Малецкая М. С., Толкачева Ю. Г. Особенности прецедентных заголовков современных печатных СМИ // Журналистский ежегодник. – Томск: «Национальный исследовательский Томский государственный университет», 2013. – № 2-2. – С. 48.
33. Мишенева В. А.. Прагматика прецедентных феноменов в массовой коммуникации – Челябинск: Вестник Челябинского государственного университета, 2013. – № 16 – С. 69-72.
34. Нахимова Т. Н. Прецедентные имена в массовой коммуникации. – Екатеринбург: ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2007. – 207 с.
35. Пасхалов А. П. Удивительная этимология. – М.: ЭНАС, 2008. – 176 с.
36. Рылова К. Ю. Прецедентные антропонимы как экспликативы социокультурных смыслов (на материале произведений авторов-постмодернистов) [Текст] // Филология и лингвистика в современном обществе: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, ноябрь 2014 г.). – М.: Буки-Веди, 2014. – С. 95-97.
37. Леонович О. А. Топонимы США – М.: Высшая школа, 2004. – 247 с.
38. Мартыненко И. А. Испаноязычные топонимы США: лингвопрагматический анализ: диссертация на соискание учёной степени канд. фил. наук: 10.02.20. Москва, 2014 – 230 с.
39. Нимгирова М.А. К вопросу об изучении топонимики. // Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М. А. Шолохова. Филологические науки, 2011 – № 4 – С. 71-75
40. Пропп В. Я. Исторические корни волшебной сказки. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1986 – 364 с.
41. Сорокин Ю.А., Михалева И.М. Прецедентный текст как способ фиксации языкового сознания // Язык и сознание: парадоксальная рациональность. – М.: Наука, 1993. – С. 71 – 99.

42. Сорокин Ю. А. Прецедентные тексты: типология и функции. – Туркменская ССР: Известия Академии наук Туркменской ССР. Сер. Общественных наук, 1989. – № 1 – С. 25 – 105.
43. Степанов Ю.С. В трёхмерном пространстве языка (семиотические проблемы лингвистики, философии и искусства) – М.: Наука, 1985. – 123 с.
44. Фатеева Н. А.. Интертекст в мире текстов: Контрапункт интертекстуальности.// Изд. 3-е. – М.: Наука, 2007– С. 32.
45. Фатеева Н. А. Контрапункт интертекстуальности, или Интертекст в мире текстов / Н. А. Фатеева. – М.: Агар, 2000. – 280 с.
46. Фатеева Н. А. Интертекстуальность и ее функции в художественном дискурсе / Н. А. Фатеева // Известия АН. Серия литературы и языка. – 1997. – Т. 56. – С. 12 – 21.
47. Фомичева И. Д. Социология СМИ / И. Д. Фомичева. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 335 с.
48. Хватова С. С. Этнокультурная специфика идентификации прецедентных имен носителями языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук / С. С. Хватова. – Тверь, 2004. – 19 с.
49. Черногрудова Е. П. Прецедентные тексты в современной публицистике (на материале заголовков «Комсомольской правды») / Е. П. Черногрудова // Язык и национальное сознание. – Вып. 3. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2002. – С. 164 – 170.
50. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / А. П. Чудинов. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т. – 2003 – 248 с.
51. Ямпольский М. Б. Память Тиресия. Интертекстуальность и кинематограф. – М.: РИК Культура, 1993 – С. 112 – 116.

Электронные ресурсы

Ресурсы удалённого доступа

52. The Independent – Sunday, August 1, 2004. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.independent.co.uk/voices/commentators/robert-worcester-voters-rate-tory-leaders-performance-as-worse-than-kinnocks-555139.html> (дата обращения: 23.03.2017).
53. The Independent – Friday, August 19, 2016. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.independent.co.uk/life-style/health-and-families/breadwinner-study-men-women-health-well-being-christin-munsch-sociology-connecticut-a7199911.html> (дата обращения: 23.03.2017).
54. The Independent – Sunday, August 24, 2008. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.independent.co.uk/extras/sunday-review/regulars/close-up-adam-godley-5470809.html> (дата обращения: 23.03.2017).
55. The Independent – Friday, January 30, 2009. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.independent.co.uk/extras/sunday-review/regulars/close-up-adam-godley-5470809.html> (дата обращения: 23.03.2017).
56. The New York Times – August 10, 2004. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.nytimes.com/2004/08/10/business/technology-seeing-google-with-the-eyes-of-forrest-gump.html?_r=0 (дата обращения: 27.03.2017).
57. The New York Times – April 22, 2017. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.nytimes.com/2017/04/22/world/europe/armenian-genocide-turkey.html> (дата обращения: 27.03.2017).
58. The New York Times – April 18, 2017. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.nytimes.com/2017/04/18/style/melania-trump-white-house-easter-egg-roll.html> (дата обращения: 27.03.2017).
59. The New York Times – May 10, 2017. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.nytimes.com/2017/05/10/magazine/letter-of-recommendation-talking-about-the-weather.html> (дата обращения: 27.03.2017).

60. The Independent – Wednesday, April 20, 2016. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.independent.co.uk/travel/uk/mullion-cove-cornwall-walk-of-the-month-a6992856.html> (дата обращения: 06.04.2017).
61. The Independent – Sunday, July 3, 2016. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.indy100.com/article/britain-first-just-tried-to-invade-a-treehouse-were-not-even-joking--bkFqxYdlrW> (дата обращения: 06.04.2017).
62. The New York Times – January 5, 2017. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.nytimes.com/2017/01/05/magazine/letter-of-recommendation-instagram-explore.html> (дата обращения: 06.04.2017).
63. The New York Times – March 23, 2017. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.nytimes.com/2017/03/23/magazine/sequoias-in-the-land-of-giants.html> (дата обращения: 06.04.2017).
64. The New York Times – January 11, 2017. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.nytimes.com/2017/01/11/fashion/peter-thiel-confirm-ordeny.html?mtrref=query.nytimes.com&gwh=7D13270800F10D21323AD82BEC102C05&gwt=pay> (дата обращения: 04.05.2017).
65. The New York Times – March 11, 2016. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.nytimes.com/2016/03/11/opinion/campaign-stops/what-are-trump-fans-really-afraid-to-say.html> (дата обращения: 04.05.2017).
66. The New York Times – July 30, 2013. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.nytimes.com/2013/07/31/business/economy/in-us-an-inequality-gap-of-sobering-breadth.html> (дата обращения: 04.05.2017).
67. The Independent – Thursday, September 17, 1998. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/mythological-notes-henny-penny-discovers-atlantis-1198626.html> (дата обращения: 04.05.2017).
68. The Independent – Friday, May 30, 1997. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.independent.co.uk/incoming/what-about-the-pilchard-5404016.html> (дата обращения: 04.05.2017).

69. The Independent – Saturday, February 13, 2016. [Электронный ресурс]. – <http://www.independent.co.uk/news/weird-news/the-ape-escape-a7093466.html> (дата обращения: 04.05.2017).
70. The Guardian – January 25, 2003. [Электронный ресурс]. – <https://www.theguardian.com/business/2003/jan/25/housingmarket.houseprices> (дата обращения: 04.05.2017).
71. The Guardian – December 5, 2015. [Электронный ресурс]. – <https://www.theguardian.com/technology/2015/dec/05/net-neutrality-has-its-day-in-court-with-lawyers-christians-and-the-cheshire-cat> (дата обращения: 04.05.2017).
72. The New York Times – Sunday, November 21, 2010. [Электронный ресурс]. – <https://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9F0CEFD9163CF932A15752C1A9669D8B63> (дата обращения: 17.05.2017).
73. The New York Times – Tuesday, April 19, 2016. [Электронный ресурс]. – <https://www.nytimes.com/2016/04/20/opinion/tackling-graft-in-india.html> (дата обращения: 17.05.2017).
74. The Independent – Wednesday, March 6, 2013. [Электронный ресурс]. – <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/broadcasting-john-oliver-the-brummie-who-has-the-last-laugh-8523450.html> (дата обращения: 17.05.2017).
75. The Washington Post – Thursday, April 19, 2012. [Электронный ресурс]. – https://www.washingtonpost.com/blogs/wonkblog/post/who-is-wall-streets-voldemort-and-why-is-he-so-feared/2012/04/19/gIQAk2qzTT_blog.html?utm_term=.1b679f722893 (дата обращения: 17.05.2017).
76. The Independent – Friday, March 24, 2017. [Электронный ресурс]. – <http://www.independent.co.uk/environment/donald-trump-un-climate-change-meeting-he-who-must-not-be-named-lord-voldemort-us-president-global-a7648446.html> (дата обращения: 18.05.2017).

77. The Washington Post – Tuesday, March 7, 2017. [Электронный ресурс]. – https://www.washingtonpost.com/blogs/compost/wp/2017/03/07/everything-you-wanted-to-know-about-deep-state-but-were-afraid-to-ask/?utm_term=.28346c315aab (дата обращения: 18.05.2017).

Энциклопедии и словари

78. Online Etymology Dictionary. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.etymonline.com/index.php> (дата обращения: 27.04.2017).

Прецедентные имена:

Антропонимы:

1. Гулливер – (Р.Л. Стивенсон «Путешествие Гулливера», 1726-1727)
«*She was at the Middle Atlantic Junior Olympics in 2010, directing her swimmers in sprints in a crowded pool during a warm-up session restricted to participants 10 and younger, when she saw a boy on the blocks who looked like **Gulliver among the Lilliputians***» [The New York Times – May 9, 2016].
2. Робинзон Крузо (Д. Дефо «Робинзон Крузо», 1719)
«*The lonely astronaut can be a modern **Robinson Crusoe**, a white-knuckled survivalist, an existential freak and seer*» [The New York Times – March 24, 2017].
3. Робинзон Крузо (Д. Дефо «Робинзон Крузо», 1719)
«*The best manners, according to this theory, would be found on a remote island (**Robinson Crusoe** giving Friday the gift of Christianity: adorable)*» [The New York Times – November 5, 2016].
4. Мэри Поппинс (П. Трэверс, цикл повестей Мэри Поппинс, 1934)
«*“She’s **Mary Poppins** without a sense of humor,” said David Scott Mathieson, an independent analyst*» [The New York Times – April 8, 2017].
5. Винни Пух (А. Милн, серия произведений о Винни Пухе, 1926-1928)
«*With a cozy, warm coat it looks as though it stepped right out of "**Winnie-the-Pooh.**"*» [The New York Times – July 12, 1970].
6. Оливер Твист (Ч. Диккенс «Приключения Оливера Твиста», 1837 – 1839)
«*In brew pubs with high tables and high chairs, trying to have conversations at eye-level with other people’s crotches while nursing my beer leads me to feel less like an adult and more like **Oliver Twist***» [The New York Times – May 17, 2017].

7. Моби Дик (Г. Мелвилл «Моби Дик, или Белый кит», 1851)
«*And then came the London Whale, and the whale sunk that idea like **Moby Dick** sinking the Pequod*» [The New York Times – April 5, 2017].
8. Доктор Ватсон (А. Конан Дойл, серия произведений о Шерлоке Холмсе, 1887).
«*And could **Dr. Watson** be better than your doctor?*» [The Washington Post – Saturday, September 17, 2011].
9. Всадник без головы (Т. Майн Рид «Всадник без головы», 1865)
«*I'm a **headless horseman** on quilted sand dunes*» [The New York Times – March 2, 2017].
10. Алиса (Л. Кэрролл «Алиса в Стране Чудес», 1865)
«*It was like **Alice in Wonderland**, entering a whole new world*» [The New York Times – April 13, 2017].
11. «*One of the walls even has a keyhole-shaped entrance, which might make some feel like **Alice in Wonderland***» [The New York Times – December 13, 2016].
12. Доктор Джекилл и Мистер Хайд (Р. Стивенсон «Странная история доктора Джекила и мистера Хайда», 1886)
«*I played sort of a **Dr. Jekyll-Mr. Hyde** game all day*» [The New York Times – May 18, 1980].
13. Дориан Грей (О. Уайльд «Потрет Дориана Грея», 1890)
«*It is meant to be a **Dorian Gray**-style portrait of the artist as a symbol of Western overconsumption*» [The New York Times – December 13, 2002].
14. Дориан Грей (О. Уайльд «Потрет Дориана Грея», 1890)
«*It gives Putin the **Dorian Gray** treatment he has so long been asking for*» [The Washington Post – Friday, April 4, 2014]
15. Скарлетт О'Хара (М. Митчелл «Унесенные ветром», 1936)
«*I thought it had a bit of a **Scarlett O'Hara**, whipped-it-up-with-the-curtains kind of feel*» [The New York Times – September 18, 2016].

16. Ретт Батлер (М. Митчелл «Унесенные ветром», 1936)
«*Then, one magical night, he picks her up and carries her à la **Rhett Butler** up the grand marble staircase “without a grunt”*» [The New York Times – July 6, 2014].
17. Саурон (Дж. Толкиен «Властелин колец»)
«*David Aaronovitch: It turns out the enemy is not **Sauron***»
18. Холден Колфилд (Дж. Селинджер «Над пропастью во ржи», 1951)
«*He was the **Holden Caulfield** of the woods*» [The New York Times – April 21, 2017].
19. Холден Колфилд (Дж. Селинджер «Над пропастью во ржи», 1951)
«***Holden Caulfield** had his malted milk, Ishmael his clam chowder*» [The New York Times – December 31, 2015].
20. Холден Колфилд (Дж. Селинджер «Над пропастью во ржи», 1951)
*Evan Maloney: **Holden Caulfield's** indelibly convincing teenage voice is a very rare feat* [The Guardian – February 3, 2010].
21. Питер Пен (Дж. Барри «Питер Пэн в Кенсингтонском саду», 1902)
«*The **Peter Pan** generation is the true squeezed middle*» [The Guardian – July 23, 2012].
22. Дядюшка Римус (Дж. Харрис «Сказки дядюшки Римуса», 1880-1948)
«*If Music from Big Pink sounds familiar, the reason is that you might have heard some of it before from **Uncle Remus***» [The Guardian – April 24, 2012].
23. Старуха (английские сказки)
«*I am a 28-year – **Old Woman**. I consider myself to be well-educated, I work full-time, I'm finishing up a master's programme and ...*» [The Independent – Sunday, November 6, 2016].
24. Маугли (Р. Киплинг «Книга джунглей», 1894)
«*Today I will express my opinion in English about refereeing in order that your **Mowgli** will not make you tell lies*» [The Guardian – February 23, 2007].

25. Маугли (Р. Киплинг «Книга джунглей», 1894)
«*The problem of **Mowgli***» [The New York Times – September 20, 2016].
26. Мисс Марпл (А. Кристи, серия рассказов о мисс Марпл)
«*Who should be the next **Miss Marple**?*» [The Guardian – January 23, 2008].
27. Дамблдор (Дж. Роулинг, серия произведений о Гарри Поттере).
«*While Heinrich considers insects “magical” for doing so much with a pinpoint-size brain, the entomologist himself is a **Dumbledore** of the forest*» [The Guardian – May 28, 2009].
28. Отелло (Уильям Шекспир «Отелло», 1604)
«***Othello** killed two people*» [The Washington Post – Friday, November 18, 2015] – заголовок статьи.
29. Яго (Уильям Шекспир «Отелло», 1604)
«*How to avoid **Iagoes***» [The Independent – Tuesday, October 18, 2016].
30. Кэп О’Рушес (Джозеф Джейкобс «Кэп О’Рушес», 1854).
«*Godolphin’s racing manager Simon Crisford has offered **Cap O’Rushes** as the best-value option of the trio bidding to land his team a sixth St Leger at Doncaster on Saturday*» [The Independent – Tuesday, September 10, 2013].
31. Леди Мэри (Джозеф Джейкобс «Мистер Фокс», 1890).
«*During which we can reflect both some of the great romances of the series, including the recently married Henry and the so-called **Lady Mary** – Michelle Dockery*» [The Independent – Thursday, December 3, 2015].
32. Ведьма (английские сказки).
«*Those are the most audience-friendly features of “**Witch**” and “Rameau’s Nephew,” ...*» [The Washington Post – Tuesday, October, 25, 2016].
33. Румпельштильцхен (сказка).
«*the giant animated green ogre lands in **Rumpelstiltskin’s** kingdom*» [The Independent – Saturday, May 15, 2010].
34. Золушка (сказка).

«*Cinderella Ukraine*» [The Washington Post – Sunday, November 20, 1994]

– заголовок статьи.

35. Волшебник Мерлин (британские легенды).

«*We call him **Merlin**. He's like a little wizard isn't he?*» [The Independent – Monday, October 21, 2013].

36. Старая Хавронья (английские сказки).

«*Call it sour grapes, but since the Truffler was not invited, the **Old Sow** has to ask: was a backdrop of Bridget Riley's paintings the ideal setting for 200 women to taste white wines without spitting them out?*» [The Independent – Saturday, August 7, 1999].

37. Хагрид (Дж. Роулинг, серия произведений о Гарри Поттере).

«*Stereotypically, they are Hagrid-sized figures who are never happier than when braving the elements, growing beards, communing with nature and wearing baggy trousers with a thousand and one pockets to store useful bits of kit*» [The Independent – Friday, January 21, 2005].

38. Дориан Грей (О. Уайльд «Потрет Дориана Грея», 1890)

«*It gives Putin the **Dorian Gray** treatment he has so long been asking for*» [The Washington Post – Sunday, April 4, 2004].

39. Саурон (Дж. Толкиен «Властелин колец», 1954)

«*Eye of **Sauron** will not now gaze over Moscow after opposition from the Russian Orthodox Church thwarted project*» [The Guardian – Wednesday, December 10, 2014].

Топонимы:

40. Страна Чудес (Л. Кэрролл «Алиса в Стране Чудес»).

«*It was like Alice in **Wonderland**, entering a whole new world*» [The New York Times – April 13, 2017].

41. «*One of the walls even has a keyhole-shaped entrance, which might make some feel like Alice in **Wonderland***» [The New York Times – December 13, 2016].

42. Гусиная страна (английские сказки).

*«The North Yorkshire Moors Railway, for example, runs steam trains between Grossmont and Pickering, with a stop at Hogsmeade (**Goathland**)»* [The Independent – Sunday, May 30, 2004].

43. Христиания (английские сказки).

*«...which dates back to the 13th century, is more modest in ambition than those two giants of **Christendom**»* [The Independent – Sunday, June 29, 2014].

44. Зимний холм (английские сказки).

*«Bulger, now 86, is serving life in prison after being convicted of charges including 11 murders he committed or ordered while he ran the **Winter Hill** crime gang in the 1970s and 80s»* [The Independent – Friday, April 29, 2016].

45. Река Уир (английские сказки).

*«Four days after the vote, I found myself in Durham Cathedral, that great Norman-Roman edifice on a rocky bend in the **River Wear**»* [The Independent – Monday, July 4, 2016].

46. Нарния (К.С. Льюис, Цикл «Хроники Нарнии», 1950-1956)

*«Chaos ensued. There was precisely zero agreement. Comparison cities ranged from San Francisco to Singapore, Oslo to Dubai. **Narnia** was mentioned»* [The New York Times – April 1, 2017].

47. Хогвартс (Дж. Роулинг, серия произведений о Гарри Поттере).

*«More powerful than any spell taught at **Hogwarts**, once it was spoken by a president this magical incantation would emanate across the planet like a shock wave of righteousness and turn terrorists to dust where they stood»* [The Washington Post – Tuesday, February 28, 2017].

48. Хогвартс (Дж. Роулинг, серия произведений о Гарри Поттере).

*«College campuses that make you feel like you're at **Hogwarts**»* [The Washington Post – Monday, May 11, 2015] – заголовок статьи.

49. Косой переулок (Дж. Роулинг, серия произведений о Гарри Поттере).

«*The bookstore will be made to look like **Diagon Alley** for the release party, which begins at 8:30*» [The Washington Post – Tuesday, July 26, 2016].

50. Затерянный мир (Артур Конан Дойл «Затерянный мир», 1912)

«*Gecko that looks like a leaf among new species found in Australia's 'lost world'*» [The Guardian October 28, 2013].

51. Затерянный мир (Артур Конан Дойл «Затерянный мир», 1912)

«*Photos of people in their cars are a window to a lost world*» [The Guardian – May 9, 2017].

52. Затерянный мир (Артур Конан Дойл «Затерянный мир», 1912)

«*Lost world: Bernd and Hilla Becher's legendary industrial photographs*» [The Guardian – September 3, 2014].

Зоонимы:

53. Чеширский кот (Л. Кэрролл «Алиса в Стране Чудес», 1865)

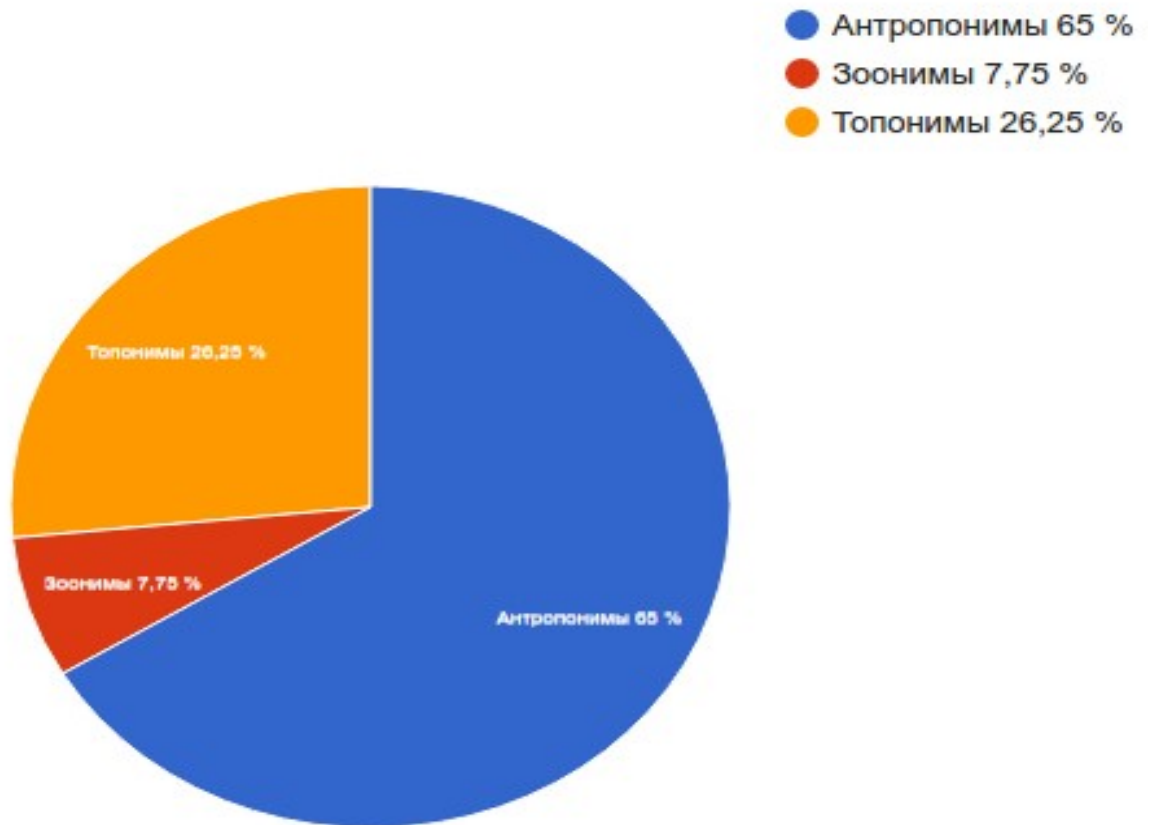
«*Globalism: Of Windmill Tilting And **Cheshire Cats***» [The New York Times – June 27, 1943].

54. Пятница (Д. Дефо «Робинзон Крузо», 1719)

«*The best manners, according to this theory, would be found on a remote island (Robinson Crusoe giving Friday the gift of **Christianity**: adorable)*» [The New York Times – November 5, 2016].

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Прецедентные имена со сферой-источником «Литература» в СМИ



ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Функции прецедентных имён в СМИ

