2. Bobyreva E.V. Religioznyj diskurs: cennosti, zhanry, strategii: na materiale pravoslavnogo verouchenija: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. Volgograd, 2007.

3. Dmitrieva O.A. Poslovicy i aforizmy kak lingvokul'turnye teksty [Jelektronnyj resurs]: ucheb. posobie. Saratov: Vuzovskoe obrazovanie, 2015. URL: http://www.iprbookshop.ru/38914.html (data obrashhenija: 18.12.2017).

4. Zhiznennye prioritety rossijan: sem'ja, den'gi ili tvorchestvo? [Jelektronnyj resurs]. URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116264 (data obrashhenija: 15.12.2017).

5. Il'in E.P. Motivacija i motivy. SPb.: Piter, 2002.

6. Karasik V.I. Jazykovoj krug: lichnost', koncepty, diskurs. Volgograd: Peremena, 2002.

7. Lutovinova O.V. Lingvokul'turologicheskie harakteristiki virtual'nogo diskursa: monogr. Volgograd: Izd-vo VGPU «Peremena», 2009.

8. Maslova V.A. Koncepty i cennosti: soderzhanie ponjatij, jazykovaja reprezentacija // Uch. zap. Tavrich. nac. un-ta im. V.I. Vernadskogo. Ser.: Filologija. Social'nye kommunikacii. 2011. T. 24. № 2–3 (63). Ch. 1. S. 383–387.

9. Mitjagina V.A., Romadina I.D. Aktualizacija koncepta «autentichnost'» v medijnom zhanre teleputeshestvij // Zhanry i tipy teksta v nauchnom i medijnom diskurse: mezhvuz. sb. nauch. tr. Vyp. 14 / otv. red. A. G. Pastuhov. Orel: OOO «Gorizont», 2016. S. 188–197.

10. Moshnjaga E.V. Konceptual'noe prostranstvo mezhkul'turnoj kommunikacii v turizme v uslovijah globalizacii [Jelektronnyj resurs]: monogr. M., 2010. URL: http://www.iprbookshop.ru/30150.html (data obrashhenija: 15.12.2017).

11. Pogodaeva S.A. Jazykovye sredstva argumentacii vo francuzskom turisticheskom diskurse: avtoref. dis. … kand. filol. nauk. Irkutsk, 2008.

12. Sorokin P.A. Chelovek. Civilizacija. Obshhestvo / obshh. red., sost. i predisl. A.Ju. Sogomonov / per. s angl. M.: Politizdat, 1992.

13. Tarnaeva L.P., Dacjuk V.V. Turisticheskij diskurs: lingvopragmaticheskie harakteristiki // Vestn. S.-Peterb. un-ta. Jazyk i literatura. 2013. № 3. S. 229–235.

14. Terskih M.V., Bubenko Ju.V. Konceptosfera rossijskogo reklamnogo turisticheskogo diskursa // Al'manah teoreticheskih i prikladnyh issledovanij reklamy. 2015. № 2(10). S. 36–57.

15. Tjuleneva N.A. Lingvokognitivnye strategii pozicionirovanija i prodvizhenija turisticheskih uslug v rossijskoj i anglo-amerikanskoj reklame: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Ekaterinburg, 2008.

16. Filatova N.V. Diskurs sfery turizma v pragmaticheskom i lingvisticheskom aspektah: avtoref. dis. … kand. filol. nauk. M., 2014.

Linguistic and cultural characteristics of the values of tourist media discourse

The article deals with the linguistic and cultural characteristics of the values of tourist media discourse, as well as verbal and non-verbal ways of actualization of these values in creolized media texts by the example of the touristic posts in the social networking service "Facebook".

Key words: *values, tourism discourse, mass Internet communication, verbal and non-verbal components.*

(Статья поступила в редакцию 15.01.2018)

М.А. КУЛИНИЧ, Т.А. РУМЯНЦЕВА
(Самара)

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ТЕКСТЫ В РАЗНЫХ ВИДАХ ДИСКУРСА

Рассматриваются особенности использования прецедентных текстов в художественном, научно-популярном и сугубо научном дискурсах. Выделяются некоторые закономерности введения «чужого слова», приводятся основные функции прецедентных текстов в зависимости от типа дискурса.

Ключевые слова: *прецедентный текст, дискурс, комизм, категория авторитетности, эпиграф.*

Одной из характерных черт начала XXI в. является усиление взаимодействия и взаимозависимости стран и народов. Современная социокультурная ситуация, обусловленная глобальными интеграционными процессами, массовыми миграциями, активизацией международных контактов, расширением информационного пространства, приводит и к увеличению количества межкультурных диалогов [1, с. 118]. Одним из факторов успешности межкультурного диалога является понимание элементов чужой культуры. Если некоторые отсылки к реалиям отдельной культуры знакомы собеседнику, то межкультурная коммуникация состоится. Однако если они не несут в себе определенной смысловой нагрузки для

© Кулинич М.А., Румянцева Т.А., 2018

собеседника, то это может стать препятствием к межкультурному диалогу.

В настоящее время английский язык является общепризнанным языком межкультурного общения, что влечет за собой необходимость понимания не только грамматических структур и отдельно взятых языковых единиц, но и определенного арсенала значимых для англоязычной культуры прецедентных текстов. Термин *прецедентные тексты* введен в научный обиход отечественным лингвистом Ю.Н. Карауловым, определившим их как «значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, то есть хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, обращения к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [3, с. 216].

Прецедентный текст (далее ПТ) хорошо знаком любому среднестатистическому члену национально-культурного сообщества; обращение к ПТ может многократно возобновляться в процессе коммуникации через связанные с этим текстом прецедентные высказывания или прецедентные имена. Из этой дефиниции следует, что прецедентный текст – это исходный текст, иначе «пратекст» (в соответствии со значением слова *прецедент*, т.е. «случай, служащий примером или оправданием для последующих случаев этого же рода» [9], восходящим к латинскому «идущий впереди, предшествующий»).

Следует отметить, что ПТ – это отечественный термин, и попытки найти ему англоязычный эквивалент неудачны. В англистике лингвисты оперируют терминами *intertextuality, allusions, quotations*, но все они не совсем точно отражают смысл, заложенный в термине *прецедентный текст.*

Интертекстуальность в понимании французского лингвиста Юлии Кристевой – это термин для обозначения спектра межтекстуальных отношений, объясняющий, что при прочтении текста существует два типа отношений: между нами и автором (горизонтальные) и между данным текстом и другими текстами (вертикальные). Именно вертикальные отношения дают определение интертекстуальности; тем не менее оба вида отношений показывают, что никакой текст не существует самостоятельно, а лишь в связи с другими. В настоящее время в зарубежной лингвистике «интертекстуальность» часто используется как общее понятие, так называемый зонтичный термин, охватывающий аллюзии, пародии, отсылки, плагиат, эпиграфы, цитаты [6, с. 27].

В отечественной лингвистике используется наряду с термином *интертекстуальность* выражение *текстовые реминисценции*. Представляется, что именно английский эквивалент *text reminiscence* может служить для перевода отечественных исследований по ПТ.

По А.Е. Супруну, текстовые реминисценции (ТР) – это осознанные vs неосознанные, точные vs преобразованные цитаты или иного рода отсылки к более или менее известным ранее произведенным текстам в составе более позднего текста. ТР могут представлять собой цитаты (от целых фрагментов до отдельных словосочетаний), крылатые слова, отдельные определенным образом окрашенные слова, включая индивидуальные неологизмы, имена персонажей, названия произведений, имена их авторов, особые коннотации слов и выражений, прямые или косвенные напоминания о ситуациях [10, с. 17].

В.В. Красных не отожествляет понятия «прецедентные тексты» и «текстовые реминисценции», однако достаточно наглядно и убедительно раскрывает их соотношение. Во-первых, «текстовые реминисценции и прецедентные феномены <...> пересекаются на участке прецедентных имен и прецедентных высказываний», во-вторых, «текстовые реминисценции, <...> которые представлены прецедентными именами и прецедентными высказываниями, являются единицами не языка, но дискурса» [5, с. 10–11]. Нам видится, что именно выражение *text reminiscences* наиболее точно передает содержание термина *прецедентные тексты*, по сравнению с другими, которые используются лингвистами на сегодняшний день.

Ю.Н. Караулов характеризовал ПТ через понятие «хрестоматийность», распространяемое не только на художественные тексты известных классиков литературы, которые включены в школьный курс. В круг ПТ также входят тексты, существующие до художественной литературы «в виде мифов, устно-поэтических произведений», а также «библейские тексты и виды устной народной словесности (притча, анекдот, сказка и т.п.) и публицистические произведения историко-философского и политического звучания» [3, с. 216].

В.В. Красных подчеркивает, что использование ПТ – это сознательное введение воспоминания о таком тексте в новый, производимый в данный момент текст [6, с. 7]. Напри-

мер, в публицистической статье из «Новой газеты», посвященной ресталинизации, автор пишет: «Зампреды и министры в отдельных высказываниях могут дать фору коммунистам сталинского призыва. Люди искренне считают, что этим они *наполняют душу начальства неясным для него каким-то новым счастьем, а потому с таким участием, с такою лаской глядят* сами на себя, что даже неловко». Выделенная часть текста – это слегка перефразированные слова известного русского романса «Я ехала домой». Оригинальный текст выглядит следующим образом: «Я ехала домой, душа была полна неясным для самой каким-то новым счастьем <…> Казалось мне, что все с таким участьем, с такою лаской смотрели на меня». Помещение этого любовного романса в совершенно чуждый контекст полемической статьи на политическую тему и сравнение души женщины с душой начальства придает тексту ироническое звучание.

М.А. Вербицкая отмечает, что ПТ можно подразделить на очевидные, понимание которых не вызывает трудностей в силу их популярности, и не столь очевидные, узнавание которых требует глубоких и обширных знаний [2, с. 38]. В нашем примере отсылки к первоисточнику не наблюдается, можно было сказать «как поется в романсе», но автор статьи не посчитал это нужным.

Вполне естественно, что одной из самых частых сфер употребления ПТ является художественный текст. М.А. Вербицкая выделяет следующие основные источники ПТ [Там же]:

а) произведения английской классической литературы,

б) греческие и римские авторы,

в) детские и шуточные стихотворения,

г) Библия.

Д.Б. Гудков обращает внимание на то, что набор ПТ различен для разных членов социума. Так, текст Евангелия является, безусловно, прецедентным для любого представителя христианского социума, но не для, например, японского [3, с. 104]. Следует заметить, что даже в христианском обществе не все христиане знают весь текст Евангелия. В этой связи можно привести слова Саймона Струнски, известного американского писателя и журналиста: “Famous remarks are very seldom quoted correctly”.

Для англоязычной культуры и литературы как ее части употребление библеизмов весьма характерно, и контекст употребления варьируется от возвышенного до юмористического. Например, известный английский писатель П.Г. Вудхаус делает употребление библеизмов одним из проявлений языковой личности главного героя Берти Вустера. В монографии «Лингвокультурология юмора» М.А. Кулинич выделяет в числе прочих следующие способы выражения языкового комизма у Вудхауса: цитирование (иногда избыточное) и «комментирование» цитат [8, с. 114–115]. В большинстве случаев библейские цитаты подвергаются разнообразным трансформациям, таким образом, юмористический эффект создается путем деформации ПТ. Он достигается, если в сознании читателя одновременно актуализируется и исходный ПТ, и модифицированный, что приводит к столкновению фреймов.

Приведем пример. В повести Вудхауса “Thank you, Jeeves” описывается конфликт между двумя соседями в многоквартирном доме. Приведем цитату из английского текста:

‘Might I inquire, on my side, if you are aware that Mrs Tinkler-Moulke owns a Pomeranian? ... This animal yaps all day and not infrequently far into the night. So Mrs Tinkler-Moulke has had the nerve to complain of my banjolele, has she? Ha! ***Let her first pluck out the Pom which is in her eye****,’ I said, becoming a bit scriptural.*

(«Известно ли вам, что миссис Тинклер-Мульке держит шпица? … Это животное лает целыми днями, а иногда и чуть не всю ночь. И при этом у миссис Тинклер-Мульке хватает наглости жаловаться на мое банджо? Ну, знаете ли! *Пусть сначала вынет шпица из собственного глаза*», – изрек я библейски).

В данном примере просматривается цитата из Евангелия от Матфея: “*... Thou hypocrite, first* ***cast out the beam out of thine own eye****; and then shalt thou see clearly to cast out the mote out of thy brother’s eye*” (Matthew 7, 3–5) («… Лицемер! *Вынь прежде бревно из твоего глаза* и тогда увидишь, как вынуть сучок из глаза брата твоего» (Мф. 7:3–5)).

Как видно из примера, в своей речи Берти обыгрывает цитату из Библии таким образом, что заменяет оригинальное *beam* на *Pom*. Однако основная синтаксическая конструкция остается, что делает данный ПТ узнаваемым. Это отражено в переводе – слово *бревно* заменено на лексему *шпиц*.

На ПТ также указывает словосочетание *becoming a bit scriptural*. Отметим, что перевод не слишком удачен. Вместо фразы «изрек я библейски» точнее было бы написать: «сказал я, вспомнив Священное Писание».

В научно-популярном дискурсе роль ПТ также весьма значительна. Рассмотрим в ка-

честве примера книгу известного американского практического психолога и специалиста по коммуникации Дейла Карнеги "How to Win Friends and Influence People". Дейл Карнеги любил говорить, что проще заработать миллион долларов, чем включить в словарный состав английского языка крылатое выражение. Фраза *How to win friends and influence people* стала таковой: ее цитируют, переиначивают, пародируют, используют в различных контекстах – от политических карикатур до романов.

В самой книге Дейла Карнеги наблюдается большое количество ПТ в виде цитат из классиков, Библии, популярных песен, известных высказываний политических деятелей. Это можно объяснить тем, что Карнеги хочет подкрепить свои соображения по поводу закономерностей человеческого общения отсылками к авторитету прецедентных личностей – Шекспира, Линкольна, Рокфеллера, Сократа и др. Помимо прецедентных имен, Карнеги неоднократно обращается к китайской мудрости, сопровождая свои доводы китайскими пословицами, например: *He who treads softly goes far*.

В отличие от художественного дискурса, где ПТ подвергаются переосмыслению и пародированию, в научно-популярном дискурсе эти цитаты, высказывания, названия литературных произведений, имена ученых-психологов используются вполне серьезно в качестве «маркеров авторитетности». Категория авторитетности является одной из важнейших для дискурсивного процесса. Согласно В.Б. Кашкину, «категория авторитетности в европейских языках выражается, преимущественно, в дискурсных маркерах типа вводных фраз, ссылок, вставных текстов, цитат и т.п. типа: *как считали еще древние греки…*; *американские психологи пишут…*; *вот что говорит ведущий специалист…* и т.п.» [5, с. 14]. Дейла Карнеги можно назвать в определенной степени отцом жанра руководств типа "How to …", которые очень часто подкрепляются отсылками к известным ученым, психологам, признанным специалистам в исследуемой области. Практическое руководство как речевой жанр весьма распространено в коммуникативном поведении западных стран (в частности, жителей Соединенных Штатов Америки), постепенно оно находит свое отражение в переводах с английского и в появлении руководств, составленных российскими авторами.

Для подтверждения своих мыслей Карнеги многократно прибегает к высказываниям А. Линкольна, к случаям из его жизни, которыми старается подтвердить правильность своих заявлений. Наглядным примером может служить достаточно длинное повествование Карнеги о том, как Линкольн, будучи в негодовании от неразумных действий одного из своих генералов, хотел написать тому гневное письмо, но, написав, не стал его отправлять, зная, что это только заставит провинившегося генерала извиняться, но ни к чему не приведет. Этим примером и несколькими подобными Карнеги подкрепляет свой принцип правильного обращения с людьми: «Не критикуйте, не обвиняйте, не жалуйтесь».

В художественном тексте читатель должен сам догадаться, из какого источника взято пародируемое высказывание, тогда как в научно-популярном дискурсе наблюдается следующая стратегия – непременно указать, откуда это высказывание взято. Карнеги использует следующие метаязыковые вводы: *Here is the way William James put it …; Said Shakespeare …; As Shakespeare put it …; A famous old Roman poet, Publilius Syrus, remarked …; Here is the rest of the story in Mr. Knaphale's own words …; Harry A. Overstreet in his illuminating book Influencing Human Behaviour said …* и др. В отдельных случаях даже дается лестная характеристика автора высказывания для большей убедительности, например: *… said Disraeli, one of the shrewdest men who ever ruled the British Empire*.

В сугубо научном дискурсе ПТ встречаются в виде эпиграфов к главам и разделам. Эпиграф принадлежит к наиболее узнаваемым формам другого текста: в нем указан источник (имя автора, Библия и др.), он может быть взят из произведения, написанного на другом языке, наконец, чисто графически он является чем-то внешним по отношению к тексту – набран другим шрифтом, отделен отступом [9, с. 30].

Сам выбор эпиграфов говорит об их значимости для того или иного автора научной работы. Так, в монографии «Методы коммуникативных исследований» О.А. Леонтович приводит эпиграфы как на русском, так и на английском языке, из работ лингвистов, философов, писателей.

Каждый эпиграф отобран не случайно, он всегда отражает суть, краткое содержание главы или параграфа. Так, глава «Источники данных» сопровождается эпиграфом итальянского теолога и философа Фомы Аквинского:

«Знание – столь драгоценная вещь, что его не зазорно добывать из любого источника».

Эпиграфы играют схожую роль в коллективной монографии «Креолизованные тексты в различных видах дискурса» под общей редакцией М.А. Кулинич. Эпиграфы здесь также представляют собой остроумные изречения известных людей – писателей, ученых, актеров, в прозе и в стихах.

Однако в большинстве своем эпиграфы выполняют функцию введения в главу, настраивают читателя на определенную волну, но при этом лишь касаются темы, тем самым подталкивая читателя прочитать главу целиком. В этом эпиграф играет сходную роль с газетным заголовком (подзаголовком). Интересный эпиграф может стать дополнительным средством (наряду с заголовком) побуждения к прочтению.

Приведем в пример эпиграф к главе 3: *It is easier to write ten effective sonnets, good enough to take in the knot too inquiring public, than one effective advertisement that will take in a few thousand of the uncritical buying public* (*Aldous Huxley).* Такой эпиграф четко суммирует все особенности рекламного дискурса, которые впоследствии раскрываются в самой главе.

Разумеется, не все эпиграфы являются прецедентными текстами. Как пример можно привести книгу Б.Н. Климзо «Ремесло технического переводчика», где бок о бок соседствуют как изречения таких великих мыслителей, как Вольтер или Бальзак, так и заводские шутки, отрывки диалогов и даже материалы анкет: *«Скажите, это я попал в бюро переводов?» – «Да, а что вы хотите?» – «Я хочу перевестись из кузнечно-прессового цеха в литейный»*.

Эпиграф может заключать в себе не один, а два и более слоев ПТ, один из которых заключен в другой и неразрывно с ним связан. Для иллюстрации возьмем следующий эпиграф: «И мудрый Вольтер сомневался в ядовитости кофе!». Автор эпиграфа Козьма Прутков был литературной маской, под которой некоторое время выступали писатели Алексей Константинович Толстой и братья Жемчужниковы. Второй слой – это отсылка к другому прецедентному имени – Вольтера как авторитета для подкрепления своей позиции. В целом этот эпиграф, как и в предыдущих примерах, вкратце суммирует суть главы и, помимо этого, служит ее введением, поскольку глава начинается с лингвистического разбора самого эпиграфа.

Таким образом, введение «чужого слова» – это характерная черта как художественного, так и научного дискурса, в том числе и его научно-популярной разновидности. В художественном юмористическом тексте ПТ вводятся по большей части без какого-либо авторского комментария, указывающего на источник. В научном дискурсе обращение к ПТ служит одним из «маркеров авторитетности». Круг цитируемых авторов определяется принадлежностью автора текста к тому или иному социуму.

Список литературы

1. Брагина А.Д. Формирование поликультурных ценностных ориентаций будущих переводчиков как актуальная проблема профессионального языкового образования // Человек и образование: Академический вестник Института образования взрослых Российской академии образования. 2011. №1(26). С. 118–123.

2. Вербицкая М.В. Теория вторичных текстов (на материале современного английского языка). М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 2000.

3. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003.

4. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987.

5. Кашкин В.Б. Авторитетность как коммуникативная категория // Изв. Волгогр. гос. пед. ун-та. Сер.: Филологические науки. 2007. № 5. С. 12–18.

6. Красных В.В. Система прецедентных феноменов в контексте современных исследований // Язык, сознание, коммуникация: сб. ст. / отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. М., 1997. Вып. 2. С. 5–12.

7. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму / пер. с фр., сост., вступ. ст. Г.К. Косикова. М.: ИГ Прогресс, 2000.

8. Кулинич М.А. Лингвокультурология юмора (на материале английского языка). Самара: Изд-во СГСПУ, 1999.

9. Кулинич М.А. Эпиграф как «чужое слово»: к проблеме интертекстуальности // Компаративистика: современная теория и практика: сб. материалов Междунар. конф. и XIV Съезда англистов. Самара: Изд-во СГСПУ, 2004. Т. 1. С. 29–33.

10. Ожегов С.И. Словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL: http://www.ozhegov.com/words/26610.shtml (дата обращения: 15.01.2018).

11. Супрун А.Е. Текстовые реминисценции как языковое явление // Вопр. языкознания. 1995. № 6. С. 17–29.

* * *

1. Bragina A.D. Formirovanie polikul'turnyh cennostnyh orientacij budushhih perevodchikov kak

aktual'naja problema professional'nogo jazykovogo obrazovanija // Chelovek i obrazovanie: Akademicheskij vestnik Instituta obrazovanija vzroslyh Rossijskoj akademii obrazovanija. 2011. №1(26). S. 118–123.

2. Verbickaja M.V. Teorija vtorichnyh tekstov (na materiale sovremennogo anglijskogo jazyka). M.: Izd-vo Mosk. gos. un-ta, 2000.

3. Gudkov D.B. Teorija i praktika mezhkul'turnoj kommunikacii. M.: ITDGK «Gnozis», 2003.

4. Karaulov Ju.N. Russkij jazyk i jazykovaja lichnost'. M., 1987.

5. Kashkin V.B. Avtoritetnost' kak kommunikativnaja kategorija // Izv. Volgogr. gos. ped. un-ta. Ser.: Filologicheskie nauki. 2007. № 5. S. 12–18.

6. Krasnyh V.V. Sistema precedentnyh fenomenov v kontekste sovremennyh issledovanij // Jazyk, soznanie, kommunikacija: sb. st. / otv. red. V.V. Krasnyh, A.I. Izotov. M., 1997. Vyp. 2. S. 5–12.

7. Kristeva Ju. Bahtin, slovo, dialog i roman // Francuzskaja semiotika: Ot strukturalizma k poststrukturalizmu / per. s fr., sost., vstup. st. G.K. Kosikova. M.: IG Progress, 2000.

8. Kulinich M.A. Lingvokul'turologija jumora (na materiale anglijskogo jazyka). Samara: Izd-vo SGSPU, 1999.

9. Kulinich M.A. Jepigraf kak «chuzhoe slovo»: k probleme intertekstual'nosti // Komparativistika: sovremennaja teorija i praktika: sb. materialov Mezhdunar. konf. i XIV S#ezda anglistov. Samara: Izd-vo SGSPU, 2004. T. 1. S. 29–33.

10. Ozhegov S.I. Slovar' russkogo jazyka [Jelektronnyj resurs]. URL: http://www.ozhegov.com/words/26610.shtml (data obrashhenija: 15.01.2018).

11. Suprun A.E. Tekstovye reminiscencii kak jazykovoe javlenie // Vopr. jazykoznanija. 1995. № 6. S. 17–29.

English precedent texts in various types of discourse

The article deals with the features of precedent text use in the fiction, non-fiction and academic discourse. Some regularities of the introduction of "a foreign word" are highlighted, the main functions of precedent texts depending on the discourse type are given.

Key words: *precedent text, discourse, comic, category of authority, epigraph.*

(Статья поступила в редакцию 19.01.2018)

И.А. ТИСЛЕНКОВА
(Волгоград)

КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ РЕАЛИИ ПРОШЕДШЕЙ ЭПОХИ В РЕЧИ ПЕРСОНАЖЕЙ СОВРЕМЕННОЙ БРИТАНСКОЙ ДРАМЫ

Рассматриваются лексические единицы, маркирующие речь говорящего старшего поколения. Доказывается возможность определения пожилого возраста говорящего путем филологического анализа составляющих вертикального контекста его суждений.

Ключевые слова: *возрастные маркеры речи, говорящий старшего поколения, драматургия, вертикальный контекст, мемориативные топонимы, временные составляющие текста, исторические реалии.*

Современная отечественная и зарубежная наука занимается активным изучением проблемы проявления в речевой продукции говорящего его психосоциальных свойств, одним из которых является возраст [13, с. 98]. Возрастные особенности человека определяют своеобразие организации и вертикального контекста его суждений [14, с. 12].

Изучением особенностей вертикального контекста занимались отечественные ученые О.С. Ахманова, И.В. Гюббенет (1977), Л.В. Болдырева (1991), Л.А. Машкова (1989), Л.В. Полубиченко (1979, 1991), М.Ю. Прохорова (1989), Т.Л. Черезова (1985) и др., которые подробно описали его структуру, элементы и способы интерпретации [Там же, с. 10]. Вертикальный контекст представляет собой «лингвистический знак» [21, с. 95], «сферу деятельности языковой личности», обусловленную спецификой времени [20, с. 25].

Он полностью зависит от воли говорящего, который оформляет свою мысль таким образом, чтобы в ней содержался намек на лингвистический, социальный, литературный или любой другой факт, была отсылка к ситуации или произведению-первоисточнику современной либо значимой для него эпохи. Так языковая личность воссоздает в нем фрагмент своего соотнесенного во времени культурного сознания [7, с. 41–42], характерные черты главных составляющих жизни как представительницы «одноопределенной социальной группы

© Тисленкова И.А., 2018