

Жоан. Эти изменения могут быть обозначены как деконструкция пасторальной ситуации любви.

Итак, *если в рамках пространства Парижа эсхатологический финал закономерен, так как обусловлен самой структурой этого пространства, то в случае с пространством побережья его причина – катастрофа, идущая извне и снизу, из области преисподней.* Сказанное позволяет сделать вывод о том, что в романе Э. М. Ремарка «Триумфальная арка» в эпизоде поездки героев на побережье происходит *деконструкция идиллического хронотопа.*

Пространственно-временная модель, выстроенная в романе «Триумфальная арка», может быть обозначена как эсхатологическая. Художественное пространство, структура которого очень тщательно прописана, деформируется по мере приближения к эсхатологическому финалу. Процессы, происходящие в романе, имеют четко выраженные мифологические аналоги – признаки приближения конца света. Усиление эсхатологического элемента в художественной структуре романа обусловлено также выбором исторической эпохи и актуализацией архетипических представлений об изоморфном устройстве вселенной и человеческого тела, которое подвержено тем же деформациям, что и пространство. При этом Э. М. Ремарк не выходит за рамки эсхатологии европейского образца, и в свете линейного времени европейской культуры, движущегося от начала времен (творения) к гибели мира, эсхатологический финал придает роману трагическое звучание.

Примечания:

1. Бидерманн Г. Конец света. Энциклопедия символов. — М., 1996.
2. Топоров В.Н. Пространство и текст // Текст: семантика и структура. — М., 1983.
3. Remarque E. M. Arc de Triomphe. Berlin; Frankfurt a. M., 1956.
4. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса.
5. Бахтин М.М. Формы времени и хронотопа в романе. Вопросы литературы и эстетики.

© Пьянкова Ю.
г. Екатеринбург

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ АМЕРИКАНСКОЙ КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ

В последние годы все более очевидными становятся последствия глобализации, а в частности, влияние американской культуры на мировую, на российскую в том числе. Американская массовая культура создает все новые и новые образы, получающие известность в России. Зачастую это связано с массовой культурой, потому что эти образы исходят из таких областей, как поп-музыка, голливудские фильмы, американское телевидение. Результатом такой связи становится все возрастающее употребление в речи носителей русского языка прецедентных имен и ситуаций, связанных этими областями.

Но понятие глобализации связано и с противоположным ему — самобытностью. Так, чрезмерно активное заимствование опасно потерей культурной самобытности. Анализ американских прецедентных феноменов в современном российском дискурсе, в частности, в средствах массовой информации, может помочь ответить нам на вопрос, насколько актуальна для России угроза ассимиляции, потери самобытности, являются ли на самом деле американские феномены образцом для подражания с точки зрения русского человека.

Анализ осуществлялся методом сплошной выборки из публикаций российской прессы последних лет. В качестве материала для примеров использовались как региональная пресса (газета «Город Е!»), так и национальная. Последняя представлена газетами «Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Культура», глянцевого журнал «Cosmopolitan», литературные журналы «Вопросы литературы» и «Знамя». Таким образом было отобрано 50 примеров использования ПФ американской культуры.

Выбранные ПФ анализировались по трем основаниям: вид реминисценции (упоминание, прямая цитация, квазичитация, аллюзия, продолжение), функция (номинативная, персуазивная, людическая, паролная) и коннотация (положительная, отрицательная), сфера-источник ПФ. Итак, вид реминисценции в подавляющем числе примеров (39) — упоминание, вид функции — номинативная (40). В двадцати четырех случаях была отмечена четкая негативная коннотация.

По результатам исследования можно сказать, что большинство прецедентных феноменов исходит из области шоу-бизнеса. Так, 28 ПФ относятся к области киноиндустрии, голливудских фильмов и сериалов, таких как «Джеймс Бонд», «Властелин колец», «Матрица», «Скорая помощь», «Гарри Поттер», «Терминатор» и т.д. Девять ПФ относятся к области собственно шоу-бизнеса, сюда относятся такие феномены, как Мадонна, конкурс «Мистер Вселенная», церемония «Оскар», фокусник Дэвид Копперфильд. Американские политики также занимают заметное место среди приведенных примеров. Один раз упоминается имя Билла Клинтона, три раза — имя Джорджа Буша. Еще одной сферой, послужившей источником для ПФ, послужила область питания — всевозможные фаст-фуды, самым известным и самым упоминаемым из которых является «Макдоналдс».

Итак, в каких же целях авторы российских газет и журналов используют прецедентные феномены американской культуры в своих статьях? Например, в общенациональной газете «Аргументы и факты» видим: «Спасать мир в одиночку занятие обыденное для голливудских *«брюсов уиллисов»*. Российский герой предпочитает это делать в компании». Здесь используется прецедентная ситуация, характерная для сюжета многих боевиков. Упоминание имени американского актера Брюса Уиллиса в форме множественного числа, в кавычках и с прописной буквы показывает, что оно стало нарицательным в русской культуре, а значит, и прецедентным, обозначая главного героя, обладающего физической силой и имеющего определенное задание, от выполнения которого зависит спасение мира. Как правило, деятельность данного героя увенчивается успехом. Но в этом примере мы можем также видеть противопоставление русской культуры и американской. Для национального характера американцев характерна ставка на индивидуальность, что обуславливает наличие одного протагониста в боевике и одного злодея, которому суждено погибнуть от руки первого. Одной же из черт русского национального характера является соборность, т.е. русские полагаются не только на себя, но и на своих товарищей, друзей, соотечественников. Отечественные герои действуют в бригаде, пример чего можно увидеть в одноименном сериале российского производства.

Упоминаются в российской прессе имена Бриджит Джонс и Гарри Поттера. Несмотря на то, что герои эти первоначально являются персонажами книг, написанных британскими авторами (Хелен Филдинг и Джоан Роулинг соответственно), мировую известность они приобрели именно благодаря фильмам, снятым в Голливуде. Приведем эти примеры: «Люди столицы, те, у которых осталась душа, не обкусанная *Гарри Поттерами* и Покемонами» (Литературная газета, № 23, 11.06.2002г); «Если он предложит посмотреть фильм на видео, говорит: «Нет, эту толстую корову *Бриджит Джонс* я терпеть не могу!» или «Я бы предпочла посмотреть что-нибудь более интеллектуальное, чем *Гарри Поттер*» (Cosmopolitan 2003, № 6).

Интересно, что во всех случаях имя Гарри Поттера, и все, что с ним связано, обладает негативной коннотацией: фильм о юном волшебнике представляется как

неинтеллектуальный и «обкусывающий» душу людей. Таким образом, можно отметить отношение к данному фильму как к феномену, посредством которого снижается интеллектуальный уровень развития населения.

К числу ПИ, получивших свою мировую известность благодаря голливудской экранизации, относится и трилогия дж. Толкиена. «Владельцы автомобилей «Ауди» гордо «подрезают» «БМВ» и «Мерсы» — а вот кто тут у нас *«властелины колец на дорогах!»*, — пишет автор городской газеты «Город Е!» от 30.01.2004 г. Итак, сегодня престиж владельца автомобиля тем выше, чем больше количество колец на символе марки авто. Еще в одном примере имя персонажа «Властелина колец» используется в юридической функции: *«Все билеты Проданы»* — возможный вариант сокращенной фразы «Все билеты на фильм, главным героем которого является Фродо, проданы», каламбур, построенный на языковом созвучии имени Фродо и глагола «проданы». Эта фраза является одновременно названием статьи в «Аргументах и фактах» от 4 февраля 2004 года, начало которой показывает, что для поколения молодых людей прецедентным является не книга, являющаяся первоисточником, а именно фильм: «Я стоял в книжном магазине около полки с зарубежной фантастикой и фэнтези, задумываясь, купить ли переиздание «Властелина Колец» в «классическом» переводе Муравьева-Кистяковского. Подходит паренек лет шестнадцать, внимательно смотрит на тома толкиеновской трилогии и говорит удивленно: «А что, по «Властелину» уже книжку написали? И когда только успели?» (АиФ Москва № 05 (551) от 4 февраля 2004 г.)

Мировую известность приобрела сеть ресторанов быстрого обслуживания «Макдоналдс». Журналист «Аргументов и фактов» своеобразно сравнивает эту торговую марку с именем Усамы бен Ладена: «Имя Бен Ладена стало такой же торговой маркой, как и «Макдоналдс», и точно также расплодилось по всему земному шару» (АиФ, № 8, Февраль 2004, с. 11).

Еще в двух примерах «Макдоналдс» оценивается отрицательно. В следующей фразе этот ресторан позиционируется уже как часть современной цивилизации: «Я бы не сказал, что Людвиг приехал в Тулу из-за Льва Толстого, как другие иностранцы. Конечно, он кое-что слышал о Leo Tolstoy und Yasnaya Polyana, но книги пока не читал. Ему больше нравился Франциск Ассизский. А Тула, наверное, потому, что глушь, почти не затронутая макдоналдсами и иными прелестями глобализации, и в то же время не очень далеко от Москвы, чтобы в крайнем случае смяться». (Знамя 2004, № 1). Очевидно, что словосочетание «прелести глобализации» приобретает здесь иронический оттенок и по отношению к Туле, которая характеризуется как глушь, так и к противопоставленной ей цивилизации и глобализации.

Зигрид Леффлер задумывается над вопросом качества современной литературы в статье «Кто решит, что нам читать?» в журнале «Знамя» и приходит к такому выводу: Просматривается стремление создать глобализованную, массовую книгу, задуманную в виде продаваемого по всему миру фабриката — эдакого *печатного* (Знамя, № 11 за 2003 год). «Печатный гамбургер» — это массовая книга, некое подобие бутерброда, завоевавшего мир. И то, и другое, является продуктом невысококачественным, что хотя и не эксплицируется автором, но становится понятным из контекста. В этом случае также виден негативный оттенок при оценке факта американской культуры.

Наконец, рассмотрим пример, где ярко проявляется лодическая функция при использовании в дискурсе прессы прецедентных имен. Описывая тульские памятники, Олег Хафизов касается творений Арнольда Чернопятова, названного автором «местным тульским Церетели», и описывает, каким именно образом в его голове связаны образы Арнольда Чернопятова и Арнольда Шварценеггера.

Этого скульптора зовут Арнольд Чернопятов, и его имя вызывает у меня сложнейшую ассоциацию с Арнольдом Шварценеггером. Попробую объяснить. В имени Чернопятова, как вы заметили, присутствуют по крайней мере два общих элемен-

та с именем Шварценеггера: обоих зовут Арнольдами, и у обоих в фамилии имеется корень «черн» — «шварц». Кроме того, Арнольд Шварценеггер прославился во всем мире не только как величайший актер, но и как непревзойденный качок, а известнейшим из творений Чернопятава является именно образ качка. Это полая (как выражаются сами скульпторы) статуя обнаженного по поясу знаменитого туляка, основателя уральских металлургических заводов Никиты Антуфьева, более известного как Демидов. Этого обрубленного Демидова в народе называют Рэмбо, реже — барон Мюнхгаузен. Рэмбо — потому что он накачан, как мистер Вселенная. А Мюнхгаузен — потому что за спиной Никиты демидовича стоит пушка, и кажется, что он вот-вот вспрыгнет на ядро и улетит. Итак, от Рэмбо к Шварценеггеру, от Шварценеггера — к Арнольду, и от Арнольда к тульскому скульптору Чернопятаву. И вот, когда мне говорят, что в Туле собираются возвести огромный уродливый памятник Левше, с которым надо бороться, пока не поздно, я спрашиваю:

— Автор опять Шварценеггер?

И на меня смотрят с недоумением (Знамя 2004, № 1).

О.Хафизов приводит три основания для сравнения: «обоих зовут Арнольдами, и у обоих в фамилии имеется корень «черн» — «шварц». Третье же основание ассоциации — это то, что Арнольд Шварценеггер прославился в мире как непревзойденный качок, «а известнейшим из творений Чернопятава является именно образ качка». Таким образом, в данной статье автор сам указывает, по каким причинам имя Арнольда Шварценеггера стало прецедентным. Хотя этот механизм не всегда легко описать и проанализировать, но существуют причины, по которым прецедентный феномен становится таковым.

Итак, в результате анализа пятидесяти примеров использования прецедентных феноменов американской культуры в российской прессе можно сделать следующие выводы.

1). Подавляющее число использованных ПФ принадлежит к современной американской культуре. Не обнаружено реминисценций на ПИ, относящиеся к началу или середине двадцатого века, а также к более ранним периодам истории США.

2). Большинство ПФ исходит из массовой культуры, в частности, из сферы киноиндустрии и шоу-бизнеса: из 50 примеров с киноиндустрией связаны 28, с шоу-бизнесом — девять. На третьем месте стоит сфера питания — всего шесть упоминаний, на четвертом американская политическая жизнь — пять примеров. Ссылки на американскую литературу для российского дискурса нехарактерны.

3). Можно предположить, что большинство из этих феноменов принадлежит к сфере так называемого актуального фонового знания, то есть это те явления, которые популярны и известны для жителей России, и соответственно, носителей русского языка, только в данное время. В связи со стремительными изменениями и «текучестью кадров» в перечисленных выше сферах можно сказать, что представленные прецедентные имена вскоре исчезнут из российской коммуникативной базы и заменятся на другие, им подобные.

4). При анализе примеров было отмечено, что зачастую американские феномены используются в российском дискурсе как средство сопоставления двух культур. Во многих случаях это сопоставление идет в пользу России, что обуславливает негативный оттенок коннотации при употреблении слова «Америка» или того, что с ней связано (например: «Мы же страна слов, а не кино, как какая-нибудь Америка (Культура, № 11 от 18-24 марта 2004 г.) Всего было найдено двадцать четыре примера, где четко просматривалась отрицательная коннотация.

5). Американские прецедентные феномены часто используются как средство показать превосходство или негативное отношение к Соединенным Штатам Америки, что говорит о том, что Россия принимает не все культурные образцы, насаждаемые массовой культурой и стремится к сохранению национальной идентичности.