

## ОККАЗИОНАЛЬНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ АНГЛО-АМЕРИКАНСКИХ ПАРЕМИЙ В СВЕТЕ КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНОГО ПОДХОДА В ЛИНГВИСТИКЕ

Явление трансформации паремий представлено как современная характерная черта разных видов дискурса на английском языке. Окказиональная модификация англо-американских пословиц и поговорок рассматривается как лингвистический, так и когнитивно-дискурсивный феномен. На материале примеров из текстов публичных речей, сценариев кинофильмов, песен, газетных статей выработана классификация окказионально трансформированных пословиц и поговорок по признаку результата их творческого обыгрывания.

**Ключевые слова:** паремия; окказиональная трансформация; дискурс; когнитивно-дискурсивный подход.

В предпринятом исследовании нами было рассмотрено около 8 000 случаев использования англо-американских паремий в кинодискурсе, газетном дискурсе, дискурсе публичных выступлений, песенном дискурсе на английском языке. Анализ собранного материала показал возможность применения в перечисленных формах дискурсов как неизменных (стандартных), так и видоизмененных (трансформированных) пословиц и поговорок с большим перевесом в сторону творческого использования (75%).

Б.Ю. Норман справедливо, с нашей точки зрения, замечает, что «пословицы и поговорки в своей массе архаичны, то есть отражают не современное, а некоторое древнее состояние духа народа» [1. С. 249]. Постоянные изменения в жизни народа, вызываемые множеством факторов, приводят к смене взглядов, представлений, идеологий, морали. Все это естественным образом находит свое отражение в паремике. Вот почему в своей работе мы подчеркиваем важность изучения модифицированных паремий и предлагаем рассматривать их окказиональную трансформацию как одновременно лингвистический и когнитивно-дискурсивный феномен.

Исследователи отмечают, что феномен трансформации устойчивых языковых единиц наблюдается уже давно, а стремление переиначить традиционное вообще свойственно человеку, все же в последние десятилетия процесс модификации и в английском, и в русском языках стал особенно масштабным и динамичным. Явление трансформаций языковых единиц, в том числе пословиц и поговорок, а также создание новых паремических выражений, которое в самом общем виде определяется как «языкотворчество», «паремiotворчество», «творческая филология», «неофразия», активно изучается специалистами из разных стран. Результат такой исследовательской активности – широкий терминологический аппарат для обозначения продуктов лингвистических переделок – самих языковых трансформов. Вот лишь некоторые из существующих сегодня терминов: «фрашка», «антипословица», «квазипословица», «кукизм», «инопословица», «противопословица», «пословичные новообразования», англ. «perverb» («perverse proverb»), «fractured proverbs», «twisted wisdom», нем. «verdrehte Weisheit», «verdreschte Phrase».

Стремительное развитие в конце XX в. СМИ, особенно Интернета, как представляется, сыграло далеко не последнюю роль в активизации процесса творческого использования языковых единиц в общем и паремий в частности. Так, современные средства массовой коммуникации позволяют в считанные секунды распространять для широких масс в самые отдаленные уголки

планеты тексты, *нацеленные на передачу нового когнитивного содержания*, и таким образом отражающие новое (нестандартное) видение, взгляды, подходы, мнения и т.п.

Отечественные и зарубежные специалисты, изучающие проблемы фольклора в современной социокультурной ситуации, также высказываются о значительной роли масс-медиа в его развитии и бытовании, предлагая понятия «постфольклор» [2], или «joke-loge», [3] в своих работах. Так, термин «постфольклор» введен в научный оборот востоковедом и фольклористом С.Ю. Неклюдовым в рамках семинара «Фольклор и постфольклор: структура, типология, семиотика» (1995 г.). Постфольклор, согласно автору, будучи по происхождению продуктом городской культуры и по сути «третьей культурой», дистанцированной от культуры элитарной и традиционно-фольклорной, включает элементы массовой культуры («для сбыта») и низового фольклора («для потребления»); характеризуется разнородностью в жанровом плане и идеологической противоречивостью [2].

Термин «joke-loge» («шутливое знание», по аналогии с folk-loge «народное знание») предложен зарубежными лингвистами Л. Рёрихом и С. Винкер-Пифо. Во-первых, шутка, по мнению исследователей, – единственный и самый важный из всех жанров фольклорного нарратива, которому не грозит исчезновение, так как за шуткой всегда стоит определенная социальная проблема; она является, таким образом, своего рода «индикатором» социально-культурной структуры общества, т.е. отражает его техническое, моральное, религиозное, политическое развитие. Во-вторых, типичный для современной культуры феномен высмеивания, пародирования (пастиш) способствует появлению все новых шуток и их активному распространению [4. С. 12–13].

Несмотря на то что в предпринятом нами исследовании англо-американские пословицы и поговорки изучаются как единицы дискурса, наши выводы о роли масс-медиа в их бытовании совпадают с наблюдениями фольклористов. Паремия может быть адаптирована к любому социокультурному контексту (что нередко влечет за собой ее трансформацию!) и с помощью Интернета, прессы, телевидения, радио незамедлительно попасть в поле внимания массового адресата. Стоит зайти на сайт влиятельной американской медиакомпании Forbes, и мы узнаем об эффективной стратегии выстраивания карьеры, лаконично выраженной в антипословице: Snooze, you lose; schmooze, you win – *Простишь – проиграешь, посудачишь с начальником – выиграешь* (Ср. If you snooze, you lose – *Простишь – про-*

играешь)<sup>1</sup>. Известный американский кантри-исполнитель Tim O'Brien в песне «Second mouse» предлагает тонкое наблюдение: It's the early bird that catches the worm, but it's the second mouse that gets the cheese<sup>2</sup> – Ранняя птица поймает червяка, но сыр получит вторая мышка (Ср. The early bird catches the worm – Ранняя птица поймает червяка. Ср. Кто рано встает, тому Бог подает). Режиссеры и сценаристы через уста героев в своих фильмах делятся с аудиторией собственной жизненной философией, часто сформулированной в антипословичных единицах, как в картине В. Аллена «Пурпурная роза Каира»: Life's too short to spend time thinking about life<sup>3</sup> – Жизнь слишком коротка, чтобы о ней думать (Ср. Life's short – Жизнь коротка). Прочитав (или даже прослушав), к примеру, речь У.Дж. Клинтона на одном из специализированных сайтов, можно ознакомиться с ироничным мнением 42-го президента США о распределении ролей в правительстве: The President proposes and the Congress disposes<sup>4</sup> – Президент предполагает, Конгресс располагает (Ср. Man proposes, God disposes – Человек предполагает, Бог располагает).

Справедливое, с нашей точки зрения, мнение М. Эпштейна о языке как о главном капитале информационного века, сосредоточивающем в себе большую долю национального богатства, представляется необходимым дополнить утверждением о том, что язык является также одним из важнейших и мощнейших средств (как прямых, так и косвенных) воздействия на широкие массы людей. Всего лишь несколько приведенных выше примеров творческого использования паремий демонстрируют, как из привычных языковых единиц, по образному выражению того же ученого, извлекается «возможность для новой мысли и дела» (выделено автором. – А.К.) [5]. В целом подобное «творчество» расширяет языковые границы культуры, отчасти меняет ее традиции, отражает новые способы мышления и подсказывает / предлагает направления действия. Таким образом, первостепенную задачу паремиологии в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы сегодня видим в регистрации, а также функционально-стилистической интерпретации трансформированных пословиц и поговорок (многие из которых являют собой самостоятельные паремии) с особым акцентом на прагматических и когнитивных аспектах. Поясним сказанное.

Как представляется, в основе языкового творчества лежит явление окказиональности (лат. *арх.* (= *occasio*) случай, повод) – создание автором новообразований (единиц разной протяженности – от слова до предложения) по определенному случаю, т.е. необходимых в конкретном контексте. Сегодня утверждение о том, что использование тех или иных языковых средств в процессе коммуникации обусловлено контекстом, является аксиомой в лингвистике. Их применение будет адекватным, когда адресант и адресат сообщения разделяют когнитивную базу. Факт совпадения когнитивной базы у коммуникантов приобретает особое значение в случае окказионального (творческого) использования единиц языка.

Осуществленное исследование позволило нам заключить, что причины «сотворения» окказиональных единиц носят прагматический и когнитивный характер. Творческое использование паремий позволяет автору

решать следующие основные прагматические задачи, служащие главной прагматической цели воздействия на адресата:

- 1) привлечение внимания;
- 2) выражение отношения, оценки;
- 3) создание стилистического эффекта: повышение экспрессивности, эмоциональности, создание индивидуального авторского стиля.

Заметим также, что появление окказиональных единиц в дискурсе вызвано потребностью назвать еще не названное, передать новое (или в некоторых случаях обновленное) когнитивное содержание, что, очевидно, имеет когнитивную обусловленность.

Здесь представляется важным подробнее рассмотреть окказиональность в англо-американской паремике как дискурсивный феномен. Словарь лингвистических терминов под редакцией О.С. Ахмановой дает следующее определение этому явлению: «Окказиональное – “не узуальное”, не соответствующее общепринятому употреблению, характеризующееся индивидуальным вкусом, обусловленное специфическим контекстом употребления» [6. С. 284]. Специфичность контекста заключается в том, что для реализации значения окказионализма необходим создающий его (уникальный) контекст. Связь новообразования с породившим его контекстом очевидна. Для узуальной единицы требуется контекст воссоздающий (копирующий).

Так, понятие «узуальное» (каноническое, общеупотребительное) помогает определить «окказиональное», ведь окказиональность как универсальное лингвистическое явление связано с такими категориями, как норма, язык, дискурс<sup>5</sup>. Еще раз подчеркнем, что речевая коммуникация предоставляет творческую свободу. Свобода эта, однако, относительна, так как регламентируется системой языка. К таким выводам приходят и другие исследователи: окказиональность, будучи дискурсивным фактом, все же задана «системой языка, проявляет и развивает семантические, словообразовательные и грамматические возможности этой системы, прорицает тенденции ее развития» [7. С. 13]. Мы относим к окказиональному такое использование пословиц и поговорок, при котором они подвергаются семантическим, лексическим или грамматическим модификациям, отклоняющимся от их общепринятого (узуального) использования. Заметим, что термин «норма» традиционно понимался как «принятое речевое употребление языковых средств, совокупность правил, упорядочивающих употребление языковых средств в речи индивида» [6. С. 270–271]. Сегодня, однако, акцент в его толковании смещается с правил, т.е. ограничений, запрета, на выбор, использование тех языковых средств (и в той форме), которые наилучшим образом помогают решить задачи коммуникативной ситуации. Известный специалист в области языка СМИ М.Н. Володина, к примеру, пишет: «Если понимать языковую систему как совокупность возможностей, обусловленных определенными закономерностями конкретного языка, то норма выступает как признаваемая носителями данного языка реализация возможностей этой системы» [8. С. 28].

В анализируемом нами фактическом лингвистическом материале все преобразования паремий осуществ-

ляются в рамках языковых правил и не являются в этой связи нарушением нормы. Поэтому окказионально трансформированные пословицы и поговорки в определенном контексте выступают как наиболее подходящие языковые средства, выбор которых оправдан нормой.

Отметим также, что широкий набор анализируемых случаев окказиональной модификации паремий неоднороден в отношении применяемых для этого лингвистических механизмов, а также достигаемого с помощью творческого использования пословиц и поговорок эффекта.

Аспект творческой трансформации английских паремий достаточно активно изучается лингвистами. Но основательных классификаций приемов окказиональной трансформации паремий нет. В одной из своих работ [9] мы предприняли попытку сгруппировать все многообразие приемов, выявленных нами в дискурсе современной качественной англо-американской прессы. За основу собственной классификации мы взяли идею разделения видов окказиональной трансформации ФЕ русского языка на семантическую и структурно-семантическую, предложенную А.М. Мелерович и В.М. Мокиенко [10].

В данной статье мы хотели бы представить классификацию модифицированных паремий, выявленных в рамках собранного фактического материала. За ее основу мы взяли признак результата творческого обыгрывания англо-американских паремий. Так, наши наблюдения позволили выделить следующие группы трансформов:

1. **Паремии-гапаксы** (греч. *háραx eĩgēménon* – слово или оборот, употребленные для данного случая). Гапаксы тесно связаны с контекстом: вне «порождающего» контекста они бессмысленны; часто имеют малую художественную ценность и вследствие этого небольшой воздействующий потенциал. К примеру, вторая часть пословицы *Love me, love my dog* подвергается замене в названии и тексте известной песни Элвиса Пресли 'Love me, love the life I lead':

«Oh, if you're gonna **love me, love the life I lead**. Need the things I need, don't try to change me. If you're gonna take me, take me for what I am. I can't be another man, I can't be free. 'cos the life I lead is the life I lead<sup>6</sup>».

Рассмотрим еще один пример. К.С. Кинг, известная американская правозащитница, в своем докладе, посвященном проблеме ВИЧ, использует расщепление (прием нарушения синтаксической структуры) пословицы *If you are not the part of the solution, you are part of the problem* (Если ты не можешь быть частью решения, ты часть проблемы): «Yet in a way, the silence of good people has been even more harmful than the destructive statements of the homophobic bigots. <...> But, if we are going to end this terrible epidemic, it is time to end the silence, time for good and decent people to become informed about AIDS and **become a pro-active part of the solution, instead of being a silent part of the problem**. To eradicate AIDS, we must give our medical researchers and scientists all of the support they need to find the cure. But we must first and foremost cure our own hearts of the fear and ignorance that leads to denial and ostracism of our brothers and sisters who have AIDS<sup>7</sup>».

В обоих приведенных случаях смысл модифицированных пословиц становится очевидным лишь в контексте.

2. **Авторские выражения на основе узуальных паремий**. Модификации пословиц и поговорок, в результате которых появляются авторские выражения, заслуживают, на наш взгляд, отдельного рассмотрения и описания. Как показывает анализ, в процессе их создания наиболее ярко проявляется мощь авторской мысли, полнее реализуется творческий потенциал авторов. При рассмотрении авторских выражений можно отчетливо наблюдать то, как в процессе использования паремий свое действие обнаруживают лингвистические и когнитивно-прагматические факторы, когда видение мира автором, т.е. его идеи, мысли, взгляды, представления, обретают в дискурсе «упаковку», хотя и собираемую из элементов имеющегося готового языкового материала, но очень колоритную и неповторимую. Проиллюстрируем сказанное примерами.

В августе 1988 г. после выдвижения кандидатом от республиканской партии на пост президента США Дж.Г.У. Буш выступил с обращением на съезде партии. Приведем отрывок из его речи, в котором на основе узуальной пословицы *Don't change horses in mid-stream* (Ср. *Лошадей на переправе не меняют*) создается авторское выражение *When you have to change horses in midstream, doesn't it make sense to switch to one who's going the same way?* (Когда приходится менять лошадей на переправе, не стоит ли пересечь на ту, что идет в том же направлении?): «For seven and a half years I have helped the President conduct the most difficult job on earth. Ronald Reagan asked for, and received, my candor. He never asked for, but he did receive, my loyalty <...>».

Our, our economy is strong but not invulnerable, and the peace is broad but can be broken. And now we must decide. We will surely have change this year, but will it be change that moves us forward? Or change that risks retreat?

In 1940, when I was barely more than a boy, Franklin Roosevelt said we shouldn't change horses in midstream. My friends, these days the world moves even more quickly, and now, after two great terms, a switch will be made. But **when you have to change horses in midstream, doesn't it make sense to switch to one who's going the same way?**<sup>8</sup>».

В своем официальном заявлении, объясняя причины, по которым он стремится к президентству и по которым он мог бы его получить, Дж. Буш-старший говорит о богатом опыте, приобретенном им за время нахождения на посту вице-президента США (1981–1989 гг.) и своей преданности президенту Р. Рейгану. Так, номинированный кандидат в президенты, с одной стороны, ссылаясь на пословичную риторику 32-го американского президента Ф.Д. Рузвельта, чей авторитет и вклад в развитие США вряд ли можно переоценить, и, с другой стороны, полагаясь на авторитет народной мудрости, заключенной в паремии, создает свое собственное выражение на основе традиционной пословицы. Выражение «when you have to change horses in midstream, doesn't it make sense to switch to one who's going the same way?», представляющее собой риторический вопрос, по сути, является утверждением необходимости продолжать политический курс, взятый предшественником Дж. Буша, и служит веским аргументом в пользу его кандидатуры.

Примечательным представляется и случай окказионального использования известной поговорки *Every cloud has a silver lining* (Ср. Нет худа без добра) министром обороны США Р.М. Гейтсом в его обращении на Мировом форуме будущего демократии (17 сентября 2007 г., Вирджиния). В произнесенной речи политик цитирует слова журналиста, давшего следующую характеристику его персоне: «I had quite a reputation as a pessimist when I was in the intelligence business. A journalist once described me as the Eeyore of national security – **able to find the darkest cloud in any silver lining**. I used to joke that when an intelligence officer smelled the flowers, he'd look around for the coffin. Today, as one looks around the world – wars in Iraq and Afghanistan, an ambitious and fanatical theocracy in Iran, a nuclear North Korea, terrorism, and more – there would seem to be ample grounds to be gloomy<sup>9</sup>».

Так, элементы поговорки «the darkest cloud» и «silver lining» употребляются уже в авторском выражении *to be able to find the darkest cloud in any silver lining* и подвергаются структурно-семантической перестановке, придающей словам ироничное звучание.

3. **Новые паремические единицы, созданные на основе традиционных поговорок и поговорок (антипоговорки)** представляют наиболее интересный материал для когнитивно-дискурсивного анализа. Их мы выделяем в особую группу, так как они являются самостоятельными единицами с независимым от контекста смыслом. Антипоговорки, в которых применяются элементы узуальных паремий, выражают иную, нежели традиционные поговорочные единицы, идею. Так, пользуясь термином теории интертекстуальности, можно сказать, что узуальные паремии выступают в качестве пратекстов для антипоговорочных новообразований, между которыми возможны, по нашим наблюдениям, следующие типы отношений:

1) **опровержение содержания традиционной паремии**. Iggy Pop, известный американский рок-вокалист, в песне «Curiosity» предполагает, что любопытство не так уж плохо и даже может быть вознаграждено: *Curiosity killed the cat, but satisfaction brought it back* (*Curiosity killed the cat* Ср. Любопытство до добра не доведет)<sup>10</sup>. В другом новообразовании подмечается, что любовь, которая, согласно английской поговорке *Love will find a way* (Ср. Любовь все побеждает), всегда укажет путь, может и с пути сбить: *Love will find a way to lead you astray*<sup>11</sup>. В качестве еще одного примера приведем здесь ироничное высказывание одного из героев художественного фильма «Айрис», рассказывающего о жизни ирландской писательницы Айрис Мердок: *Between two evils, always choose the one you haven't tried*<sup>12</sup>. Ироничное звучание возникает в результате созданного эффекта «обманутого ожидания»: вместо стремления избегать большего зла и выбирать наименьшее из двух имеющихся, пропагандируемого узуальной поговоркой *Choose the lesser of two evils* (Ср. Из двух зол выбирают меньшее), антипоговорка призывает попробовать еще не изведенное зло.

2) **сохранение, поддержка или развитие содержания / темы пратекста**. Приведем некоторые примеры. В антипоговорке *Time and tide waits for no man. And trains neither* (*Time and tide wait for no man* Ср. Время не

ждет) из американского фильма-драмы «Миссис Минивер»<sup>13</sup> подмечено, что не только время, но и поезда никого не ждут, из чего можно сделать резонный вывод, что лучше не опаздывать и все делать вовремя. Соглашаясь с библейским утверждением *Seek and ye shall find* (Ср. Кто ищет, тот найдет) в песне «My mind's on you», группа «Hagfish» напоминает, что при этом важно знать, чего ищешь: *Seek and ye shall find but you gotta know what you're looking for*<sup>14</sup>. Герой фильма О. Стоуна «Уолл-стрит» – акула рынка, безжалостный захватчик компаний – так уточняет и без того ироничную английскую поговорку *A fool and his money are soon parted* (Ср. У дурака деньги и часу не держатся): *A fool and his money are lucky to even meet*<sup>15</sup>.

3) **отстранение / изменение смысла паремии**. В результате использования элементов узуальной паремии создается единица, рассматривающая совершенно иную тему и выражающая, соответственно, иной смысл. К примеру, антипоговорка *Two are better than one*, служащая названием песни в исполнении американской рок-группы «Petra», говорит о любовных / романтических отношениях между людьми, в то время как ее пратекст, распространенная поговорка *Two heads are better than one* (Ср. Одна голова хорошо, а две лучше), говорит о пользе совместных умственных усилий. Узуальная паремия *Boys will be boys* (Мальчишки всегда остаются мальчишками), высказывающая наблюдение о неизменности мужской природы, служит основой для новообразования в песне «Boys will be boys» американского кантри-исполнителя Д. Керша (David Kersh), которое подчеркивает значение женщины, ее главенство над мужчиной: *Boys will be boys, when girls will let them*<sup>16</sup>. Проблема дискриминации по половому признаку поднимается в заголовке статьи американкой газеты *New York Times*, представляющей собой антипоговорку *Money talks, women don't*, в то время как ее пратекст *Money talks* (Ср. Деньги все двери открывают) провозглашает силу и влияние денег.

4. **Новообразования, построенные по традиционным паремическим моделям (псевдопоговорки)**, мы выносим в отдельную группу. Мы не называем их паремиями, так как не имеем данных относительно их массового использования. Однако их отдельное рассмотрение представляется необходимым, так как эти новообразования созданы по традиционным паремическим (структурно-семантическим) моделям часто с использованием традиционных поговорочных стилистических маркеров и выражают суждение обобщающего характера. Приведем несколько примеров:

**You can kill the protestor, but you can't kill the protest**<sup>17</sup> ◀ *You can take the boy out of the country, but you can't take the country out of the boy* (1938);

**Every song has its play**<sup>18</sup> ◀ *Every dog has his day* (1545);

**Hand fits giving, so do it**<sup>19</sup> ◀ *If the cap fits, wear it* (1600).

В заключение хотелось бы заметить еще раз, что в современную информационную эпоху явление обыгрывания единиц языка приобретает особую актуальность. Окказиональное использование паремий – характерная черта разных типов дискурсов на английском языке. Феномен окказиональной модификации,

обусловленный факторами прагматического и когнитивного порядка, позволяет адаптировать пословицы и поговорки к любой дискурсивной ситуации и имеет результатом их трансформацию. Отсюда – важная задача паремиологии, заключающаяся в фиксации и анализе окказиональных трансформов в рамках когнитив-

но-дискурсивного подхода. В итоге рассмотрения примеров использования англо-американских паремий в кинодискурсе, газетном дискурсе, дискурсе публичных выступлений и песенном дискурсе мы смогли выделить четыре группы новообразований, получаемых в результате творческого применения паремий.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

- <sup>1</sup> Reeves S. Snooze, You Lose; Schmooze, You Win // Официальный сайт компании Forbes. URL: [http://www.forbes.com/careers/2005/04/21/cx\\_sr\\_0420smalltalk.html](http://www.forbes.com/careers/2005/04/21/cx_sr_0420smalltalk.html) (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>2</sup> O'Brien T. The Second mouse // Официальный сайт исполнителя. URL: <http://www.timobrien.net/Lyrics2.cfm?ID=73> (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>3</sup> Allen W. The Purple Rose of Cairo (screenplay) // Сайт ресурса текстов киносценариев Script-o-rama. URL: [http://www.script-orama.com/movie\\_scripts/p/purple-rose-of-cairo-script.html](http://www.script-orama.com/movie_scripts/p/purple-rose-of-cairo-script.html) (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>4</sup> Clinton W.J. Memphis Church of God in Christ Convention Address // Сайт ресурса речей American rhetoric. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/wjclintonmemphis.htm> (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>5</sup> В данном случае термин «дискурс» представляется более точным, чем «речь», так как подразумевает определённые прагматические условия, в которых речь осуществляется. Ранее было отмечено, что окказиональное использование языковых единиц вызвано, в первую очередь, факторами прагматического характера.
- <sup>6</sup> Elvis Presley. Love Me, Love the Life I Lead // Официальный сайт MTV. URL: [http://www.mtv.com/lyrics/presley\\_elvis/love\\_me\\_love\\_the\\_life\\_i\\_lead\\_take\\_4/20785271/lyrics.jhtml](http://www.mtv.com/lyrics/presley_elvis/love_me_love_the_life_i_lead_take_4/20785271/lyrics.jhtml) (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>7</sup> King C.S. Keynote Address – AIDS Memorial Quilt Initiative // Сайт ресурса речей Gift of Speech. URL: <http://www.gos.sbc.edu/k/king.html> (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>8</sup> G.H.W. Bush. 1988 Republican National Convention Acceptance Address // Сайт ресурса речей American rhetoric. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/georgehush1988rc.htm> (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>9</sup> Gates R.M. Address to the World Forum on the Future of Democracy // Сайт ресурса речей American rhetoric. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/robertgatesworlddemocracyforum.htm>
- <sup>10</sup> Iggy Pop. Curiosity // Официальный сайт MTV. URL: [http://www.mtv.com/lyrics/iggy\\_pop/curiosity/13901966/lyrics.jhtml](http://www.mtv.com/lyrics/iggy_pop/curiosity/13901966/lyrics.jhtml) (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>11</sup> Supreme Majesty. Cruel Circle // Сайт ресурса текстов песен STLyrics. URL: <http://www.stlyrics.com/songs/s/suprememajesty23456/cruelcircle749328.html> (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>12</sup> Eyre R., Wood Ch. Iris (screenplay) // Сайт ресурса текстов киносценариев Script-o-rama. URL: [http://www.script-o-rama.com/movie\\_scripts/i/iris-script-transcript-kate-winslet.html](http://www.script-o-rama.com/movie_scripts/i/iris-script-transcript-kate-winslet.html) (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>13</sup> Froeschel G., Hilton J., West C., Wimperis A. Mrs. Miniver (screenplay) // Сайт ресурса текстов киносценариев Script-o-rama. URL: [http://www.script-o-rama.com/movie\\_scripts/m/mrs-miniver-script-transcript-greer.html](http://www.script-o-rama.com/movie_scripts/m/mrs-miniver-script-transcript-greer.html) (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>14</sup> Hagfish. My Mind's on You // Сайт ресурса текстов песен Alltheyrics. URL: [http://www.alltheyrics.com/lyrics/hagfish/my\\_minds\\_on\\_u-lyrics-1131964.html](http://www.alltheyrics.com/lyrics/hagfish/my_minds_on_u-lyrics-1131964.html) (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>15</sup> Weiser S., Stone O. Wall Street (screenplay) // Сайт ресурса текстов киносценариев Script-o-rama. URL: [http://www.script-orama.com/movie\\_scripts/w/wall-street-script.html](http://www.script-orama.com/movie_scripts/w/wall-street-script.html) (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>16</sup> Kersh D. Boys Will Be Boys // Официальный сайт MTV. URL: [http://www.mtv.com/lyrics/kersh\\_david/boys\\_will\\_be\\_boys/1023443/lyrics.jhtml](http://www.mtv.com/lyrics/kersh_david/boys_will_be_boys/1023443/lyrics.jhtml) (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>17</sup> Anti-flag. You Can Kill the Protestor but You Can't Kill the Protest // Официальный сайт MTV. URL: [http://www.mtv.com/lyrics/anti\\_flag/you\\_can\\_kill\\_the\\_protestor\\_but\\_you\\_can\\_t\\_kill\\_the\\_protest/3127272/lyrics.jhtml](http://www.mtv.com/lyrics/anti_flag/you_can_kill_the_protestor_but_you_can_t_kill_the_protest/3127272/lyrics.jhtml) (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>18</sup> G. O'Sullivan. Every song has its play // Официальный сайт MTV. URL: [http://www.mtv.com/music/artist/osullivan\\_gilbert/lyrics.jhtml](http://www.mtv.com/music/artist/osullivan_gilbert/lyrics.jhtml) (дата обращения 25.03.2009).
- <sup>19</sup> Madonna. Sky Fits Heaven // Официальный сайт MTV. URL: [http://www.mtv.com/lyrics/madonna/sky\\_fits\\_heaven/1328305/lyrics.jhtml](http://www.mtv.com/lyrics/madonna/sky_fits_heaven/1328305/lyrics.jhtml) (дата обращения 25.03.2009).

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Норман Б.Ю.* Когнитивные аспекты паремиологии и национальная картина мира в славянских языках // *Славянский вестник*. М.: МАКС ПРЕСС, 2004. Вып. 2.
2. *Неклюдов С.Ю.* Несколько слов о «постфольклоре». URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/postfolk.htm> (дата обращения 15.04.2009).
3. *Storytelling in Contemporary Society* / Eds. by Lutz Röhrich, Sabiene Wienker-Piepho. Tübingen: Narr, 1990. 224 p.
4. *Röhrich L.* Introduction // *Storytelling in Contemporary Society* / Eds. by Lutz Röhrich, Sabiene Wienker-Piepho. Tübingen: Narr, 1990.
5. *Эпштейн М.* Русский язык в свете творческой филологии разыскания. М., 2006. URL: <http://www.magazines.russ.ru/znania/2006/1/ep13.html> (дата обращения 24.05.2009).
6. *Ахманова О.С.* Словарь лингвистических терминов. М.: Сов. энциклопедия, 1966.
7. *Бабенко Н.Г.* Окказиональное в художественном тексте. Структурно-семантический анализ: Учеб. пособие. Калининград, 1997.
8. *Володина М.Н.* Язык СМИ – особый язык социального взаимодействия // *Язык средств массовой информации: Учеб. пособие по специализации*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. Ч. 2.
9. *Константинова А.А.* Коммуникативно-прагматический потенциал пословиц и поговорок в современной англо-американской прессе: Дис. ... канд. филол. наук. Тула, 2007. 206 с.
10. *Мелерович А.М., Мокиенко В.М.* Фразеологизмы в русской речи: Словарь. М.: Рус. словари, 1997.

Статья представлена научной редакцией «Филология» 24 ноября 2010 г.