

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА НА ОСНОВЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ И МЕДИАТЕКСТЕ

LANGUAGE GAME ON THE BASIS OF PRECEDENT PHENOMENA IN ENGLISH FICTION AND MEDIA TEXTS

K. Balysheva

Summary. the article presents semantic and structural-semantic transformations of precedent phenomena as a source of creating the effect of language play in the English-language mass fiction and media text. The presence of some common typological and linguistic features in the texts of syncretic genres of mass fiction and media texts allows us to consider ways of creating a language game with precedent phenomena in these texts together. The ways of transformation of precedent phenomena are illustrated by examples from the works of the genres chicklit, glamour, anti-glamour, edutainment and publications of online versions of "the Guardian" and "The Telegraph" (2015–2019).

Keywords: linguistic game, precedent phenomena, media text, syncretic genres, semantic transformation, structural and semantic transformation.

Балышева Ксения Александровна

*К.филол.н., Марийский государственный университет
qsuaka@mail.ru*

Аннотация. В статье семантические и структурно-семантические трансформации прецедентных феноменов представлены как источник создания эффекта языковой игры в англоязычной массовой художественной литературе и медиатексте. Наличие некоторых общих типологических и языковых особенностей у текстов синкретичных жанров массовой художественной литературы и медиатекстов позволяет рассматривать способы создания языковой игры с прецедентными феноменами в данных текстах совместно. Способы трансформации прецедентных феноменов иллюстрируются примерами из произведений жанров чиклит, гламур, антигламур, эдьютеймент и публикаций онлайн-версий изданий «The Guardian» и «The Telegraph» (2015–2019 гг.).

Ключевые слова: языковая игра, прецедентные феномены, медиатекст, синкретичные жанры, семантическая трансформация, структурно-семантическая трансформация.

Одной из ключевых особенностей современных текстов является регулярное обращение к цитатному фонду, объединяющему весь накопленный языковой опыт [6, с. 105–106]. Данная особенность характеризует, в числе прочих, англоязычные медиатексты и тексты массовой художественной литературы.

В современной лингвистике термин «медиатекст» используется для обозначения разноплановой и многоуровневой текстовой продукции, появляющейся в результате медиапроизводства. Медиатекст представляет собой сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа с помощью медиаязыка — особого комплекса средств и приемов выразительности, и адресованное массовой аудитории [9, с. 27]. В рамках данной статьи рассматриваются тексты, опубликованные в интернет-версиях качественных печатных медиаизданий, которые, в целом, содержательно дублируют свои бумажные прототипы и имеют незначительные расхождения с ними.

Одной из характерных черт современной массовой художественной литературы считается информационно-развлекательное предназначение, что сближает медиатексты и тексты массовой художественной литературы. Способ подачи информации в медиатекстах получил

название инфотеймент [9, с. 28], который прослеживается и в большинстве текстов массовой художественной литературы. Формальное созвучие данных феноменов современной культуры — наличие определения «массовый» — позволяет предположить присутствие общих языковых и типологических особенностей. Жанры чиклит, гламур, антигламур, эдьютеймент обладают признаком синкретичности, так как объединяют в себе экстралингвистические и языковые характеристики массовой художественной литературы и информационно-развлекательной прессы [1, с. 101]. Синкретизм данных жанров позволяет рассматривать отдельные языковые особенности британских медиатекстов и текстов жанров чиклит, гламур, антигламур, эдьютеймент в совокупности.

В современные англоязычные медиатексты и тексты массовой художественной литературы активно вовлекаются прецедентные феномены (ПФ), под которыми понимаются «феномены первичного образца, представленные для оценки или сопоставления» [7, с. 158]. Сущностно важными свойствами ПФ являются их социальная и культурная значимость, а также известность большинству представителей национально-культурного сообщества [3, с. 56; 4, с. 27; 6, с. 69]. В настоящее время в лингвистических исследованиях выделяются следующие

щие виды прецедентных феноменов: прецедентная ситуация, прецедентное имя, прецедентный текст, прецедентное высказывание [5].

Различные по структуре, содержанию, интенциям публикации современной британской прессы и тексты массовой художественной литературы объединены наличием заголовка как обязательного компонента структуры. Данные тексты редко подлежат внимательному прочтению, поэтому особое внимание в них уделяется построению заголовка. Заголовок медиатекстов и текстов жанров чиклит, гламур, антигламур, эдьютеймент представляет основную идею текста, как правило, в оригинальной форме. Экспрессивный заголовок привлекает внимание и стимулирует адресата к прочтению следующего за ним текста. Особой экспрессией обладают заголовки, в создание которых вовлекаются ПФ. Регулярное включение ПФ в ЯИ, возникающую при их семантических и структурно-семантических трансформациях, как в заголовках текстов рассматриваемых стилей, так и в тексте художественного повествования, составляет актуальность исследования.

ЯИ предполагает использование языка в особых целях (эстетических, социальных), при котором языковая система демонстрирует свою пластичность: языковые единицы, их классы и правила функционирования получают большую степень свободы [10, с. 5–6]. Следовательно, ЯИ представляет собой сознательное нарушение нормы, обнаруживающее способность автора к отступлению от нормативного, стереотипного употребления языковых уровней и для выражения дополнительного денотативного или коннотативного смысла [2, с. 53].

ЯИ на основе ПФ в медиатекстах и текстах массовой художественной литературы обусловлена структурным и структурно-семантическим переосмыслением исходного ПФ. При контаминации смыслов исходного и «обновленного» ПФ возникает эффект ЯИ. ЯИ с ПФ становится обоюдным творчеством коммуникантов, так как необходима не только креативность автора для создания нового контекста, но и активность адресата для его расшифровки.

Анализ примеров показывает, что в текстах британских изданий "The Guardian" и "The Telegraph" и массовой художественной литературы указанных синкретичных жанров ЯИ с привлечением ПФ реализуется, главным образом, за счет прецедентных имен и высказываний. Коммуникативные и номинативные фразеологизмы [8], частотные в медиатекстах и текстах синкретичных жанров массовой художественной литературы, относятся к числу прецедентных высказываний. В медиатекстах источниками обыгрывания ПФ становятся названия фильмов, телепередач, заголовки книг, цитаты из художествен-

ных текстов и песен, коммуникативные фразеологизмы. В текстах синкретичных жанров массовой художественной литературы в ЯИ вовлекаются, преимущественно, номинативные и коммуникативные фразеологизмы.

Основополагающим критерием включения автором ПФ в медиатекст или текст произведения массовой художественной литературы синкретичных жанров является общеизвестность последнего. Переосмысленные и трансформированные ПФ становятся источником ЯИ, если они легко узнаваемы и дешифрованы адресатом даже при сложных трансформациях. Узнавание ПФ активирует фрагмент социальной памяти, усиливает эмоциональный отклик адресата, включающегося в ЯИ, вызывает улыбку и восхищение удачной находкой адресанта.

В проанализированном текстовом материале выявлены следующие типы структурно-семантических и семантических трансформаций ПФ: 1) замена компонентов ПФ; 2) расширение состава ПФ; 3) переосмысление ПФ без формальных трансформаций. Структурные трансформации всегда вызывают изменения в значении ПФ, тем не менее, семантика ПФ может меняться и при отсутствии структурных преобразований.

В первом типе трансформации происходит замещение одного или нескольких лексических компонентов ПФ. В заголовках медиатекстов при замене одного из компонентов ритм и синтаксическая структура исходного высказывания или имени сохраняются, наблюдается его конкретизация, например: "... **home is where the hurt is**" [19] / "... дом там, где боль" (ср. *Home is where the heart is*); "**The injustice system: A tale of two Tyras**" [27] / "**Несправедливая система: Повесть о двух Тайрах**" (ср. *A Tale of Two Cities*); "**Aminatta Forna: don't judge a book by its author**" [12] / "**Амината Форна: не судите о книге по автору**" (ср. *Don't judge a book by its cover*); "**Don and tonic: Oxford University launches its own brand of gin**" [15] / "**Преподаватель с тоником: Оксфордский университет запускает собственный бренд джина**" (ср. *gin and tonic*). В последнем примере данное в конце заголовка существительное *gin* помогает читателю восстановить подвергнувшийся трансформации ПФ.

Контекстуальное уточнение классических цитат и названий популярных фильмов на основе замены компонентов позволяет адаптировать ПФ для заголовка публикации практически на любую тему: "**To eat, or not to eat? That is the question**" [28] / "**Есть или не есть? В чем вопрос**"; "**To ring or not to ring — what are the rules for wearing your wedding band when your relationship's on the rocks?**" [29] / "**Носить или не носить кольцо — каковы правила ношения обручального кольца, когда ваши отношения переживают сложный период**"

(ср. *To be, or not to be?*); "**Fifty Shades of pure UK box-office gold**" [17] / Пятьдесят оттенков чистого золота кассовых сборов Соединенного королевства; "... **many shades of shocking**" [21] / ... множество оттенков скандального" (ср. *Fifty Shades of Grey*).

Нередко производится замена одного или нескольких лексических компонентов ПФ созвучными. Так, в заголовке "**Dome sweet Dome: the glory of Rome**" [14] / "Купол, милый купол: слава Рима" существительные *dome* и *Rome* рифмуются с замененным существительным *home* (ср. *Home sweet home*). В заголовке "*Trump, Brexit, climate change: **despair is everywhere**...*" [30] / "Трам, Брэксит, изменение климата: кругом безысходность" (ср. *Love is Everywhere*) замена компонента высказывания на существительное, рифмующееся с его последним компонентом, привлекает внимание читателя. Интересным является употребление окказионализма *starwatch* в заголовке "**Starwatch: Jupiter joins the half-moon in a sunset display**" [26] / "Наблюдение за звездами: Юпитер будет виден вместе с луной на закате". Окказиональное существительное отсылает читателя к созвучному словосочетанию *Star Wars* — названию фантастической киноэпопеи.

В книге "*Love is blind but marriage is a real eye opener*" [20] / *Любовь слепа, но брак помогает прозреть* в названии практически каждой главы при замене компонентов обыгрывается номинативный фразеологизм *Love at first sight* / *Любовь с первого взгляда*: "**Lust at first sight**" [там же, с.25] / "*Страсть с первого взгляда*"; "**Hate at first sight**" [там же, с. 35] / "*Ненависть с первого взгляда*"; "**Love at second sight**" [там же, с. 101] / "*Любовь со второго взгляда*". Благодаря подобным формулировкам названий глав прослеживается эволюция отношений между героями. Замещение компонентов близкими по значению или антонимичными лексемами создает шуточный эффект, усиливает значение исходного фразеологизма: "**Seeing is disbelieving**" [там же, с.71] / "*Видеть значит не верить*" (ср. *Seeing is believing*); "*I suppose your legal eagle fella just expects you to **worship the water he walks on***" [там же, с.52] / "*Полагаю, что твой юрист ждет, что ты готова целовать воду, по которой он ходит*" (ср. *worship the ground someone walks on*).

В текстах современной массовой художественной литературы синкретичных жанров чиклит, гламур, антигламур, эдьютеймент частотны трансформированные ПФ, в которых замена компонентов сопровождается введением дополнительных лексем, употреблением формы множественного числа вместо единственного, изменением временной формы сказуемого. Приведем некоторые примеры: "**You're burning holes into St. Clair's head. It's not attractive**" [25 с. 27] / "*Ты прожигашь дыры*

в голове Сент Клэра (установилась на него). Это некрасиво" (ср. *Money burns a hole in one's pocket* / *Испытывать сильное желание как можно быстрее потратить деньги*); "**Benny burst into a loud cackle**" [22, с. 396] / "*Бэнни разразился диким хохотом*" (ср. "*burst into a laughter*"); "*I won't **wish you a happy birthday**. Or even a **belated happy Friday***" [25, с. 51] / "*Не пожелаю тебе счастливого дня рождения. Даже запоздалой счастливой пятницы*" (ср. *wish a happy birthday*).

Второй тип трансформации — расширение состава ПФ за счет введения добавочных компонентов — наблюдается в следующих заголовках медиатекстов: "... *It would be the end of **wild wild west of the internet***" [13] / "*Может настать конец дикого, дикого запада интернета*" (ср. *Wild Wild West*); "**No sex in this city ...**" [23] / "*Нет секса в этом городе*" (ср. *Sex in the City*); "**Will Star Wars ...?**" [35] / "*Будут ли «Звездные войны» иметь успех...?*"; "*We flew to New York to create a **Home Alone Christmas**...*" [32] / "*Мы полетели в Нью-Йорк, чтобы отпраздновать Рождество как в фильме «Один дома»*" (ср. *Home Alone*); "**A cure for cancer: how to kill a killer**" [11] / "*Средство от рака: как убить убийцу*" (ср. *To Kill a Killer*). Данный тип трансформации, как правило, сопровождается изменением изначальной синтаксической структуры ПФ, в качестве которого выступает название фильма или телесериала. Хотя структурно ПФ расширяются, происходит их контекстуальное уточнение, сужение семантики.

В проанализированных текстах массовой художественной литературы синкретичных жанров дается пояснение, за счет которого структура исходного фразеологизма расширяется при интенсификации значения: "**You must seize the day. And I'm seizing the day like there's no tomorrow**" [20, с. 20] / "*Ты должна ловить момент. Я ловлю момент, словно завтрашнего дня не будет*" (ср. *seize the day*); "**Love may be blind, but marriage is a real eye opener**" [20]. Во втором примере происходит расширение коммуникативного фразеологизма *Love is blind* / *Любовь слепа* с заменой его сказуемого. Включение в расширенный фразеологизм окказионального существительного *eye opener*, построенного по аналогии со сложными существительными *bottle opener*, *tin opener*, *can opener*, адаптирует исходный фразеологизм под контекст и вносит дополнительный смысл: как бы ни была слепа любовь, брак все расставит на свои места и покажет истинную суть вещей.

Переосмысление ПФ без формальных трансформаций представлено, главным образом, в медиатекстах. В заголовках британских медиатекстов эффект ЯИ с привлечением ПФ может основываться на приеме лексической буквализации. ЯИ в данном случае возникает при одновременном использовании значения всего

ПФ и буквального значения его компонентов. Например, при прочтении лида (краткой аннотации, отражающей основную идею статьи) к заголовку *"Donetsk opera house: tanks on the street but the show must go on"* [16] / *Донецкий оперный театр: на улицах танки, но шоу должно продолжаться* адресату становится понятно, что существительное *show* здесь буквально обозначает "театральную постановку". Хотя в заголовке *"West side stories: theatre artists look to Wales as London prices rise"* [33] / *Вестсайдские истории: актеры театров с надеждой смотрят на Уэльс из-за роста цен в Лондоне* присутствует формальная трансформация существительного *story*, эффект ЯИ здесь строится на буквальном понимании прилагательного *west*, так как актеры с «надеждой смотрят на Уэльс», расположенный к западу от Лондона.

В заголовке *"...how Great Britain stopped being great"* [34] / *"...как Великобритания перестала быть великой"* обыгрываются значения полисемантического прилагательного *great*: в составе топонима актуализируется значение «большой», в конце заголовка — «великий». Появление вопросительного знака в традиционном новогоднем поздравлении обуславливают изменение коммуникативного типа предложения в следующем заголовке *"Happy new year? Tell that to the natural world we are destroying"* [18] / *"Счастливого нового года? Скажите это миру живой природы, который мы разрушаем"*. Использование строчных букв вместо заглавных также указывает на «необычность» предложения и служит дополнительным источником экспрессии. Заголовок *"Turning water into wine: how did simple H₂O become a luxury commodity"* [31] / *"Превращение воды в вино: как простая H₂O стала предметом роско-*

ши" построен на эффекте обманутого ожидания. Прочтение данного заголовка актуализирует в памяти читателя библейский сюжет, когда на свадебном торжестве Иисус обращает воду в вино. При знакомстве с лидом становится понятным присутствие ПФ в заголовке, так как в статье речь идет о воде, стоимости, культура подачи и потребления которой становятся сопоставимыми с вином. Использование традиционного сказочного зачина в заголовке медиатекста создает эффект неожиданности: *"Once upon a time in ... Efteling theme park, the Netherlands"* [24] / *"Однажды в ... парке развлечений Эфтелинг в Нидерландах"*.

В проанализированных примерах из медиатекстов и текстов синкретичных жанров массовой художественной литературы эффект ЯИ создается на основе структурно-семантических и семантических трансформаций, при которых прецедентные высказывания и имена осознанно выводятся автором за пределы их обычного использования для оказания усиленного воздействия на адресата. Замена компонентов, расширение состава, переосмысление ПФ способствуют контекстуальному уточнению, актуализации новых смыслов, интенсификации значения широко известных фразеологизмов, названий песен, книг, фильмов и цитат из них. В индивидуально-авторской интерпретации трансформированные ПФ, включающиеся в ЯИ в заголовках медиатекстов и текстах повествования массовой художественной литературы приобретают шутивно-ироничные коннотации, создают эффект интеллектуального остроумия, оригинальности, новизны, обладают высокой экспрессивностью. ЯИ с ПФ можно считать доминантой стиля современных медиатекстов и текстов массовой художественной литературы синкретичных жанров чиклит, гламур, антигламур, эдьютеймент.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балышева К. А. Демократизация языка в массовой художественной литературе рубежа XX — XXI вв.: дисс. ... к. ф. н. Йошкар-Ола, 2010. 214 с.
2. Балышева К. А. Языковая игра на словообразовательном уровне в современной массовой художественной литературе // Современные тенденции и инновации в области гуманитарных и социальных наук: сборник материалов II Международной научно-практической конференции / Мар. гос. ун-т; под ред. М. А. Мокосеевой. Йошкар-Ола, 2018. С. 53–58.
3. Воркачев С. Г. Интертекстуальность, прецедентность и лингвокультурный концепт // Интертекстуальность и фигуры интертекста в дискурсах разных типов: коллективная монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, В. П. Москвин. М.: Флинта: Наука, 2016. С. 52–70.
4. Гудков Д. Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности. М.: МГУ, 1999. 152 с.
5. Гудков Д. Б., Захаренко И. В., Красных В. В., Багаева Д. В. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. 1997. № 4. С. 106–118.
6. Гаспаров Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. М.: Новое литературное обозрение, 1996. 352 с.
7. Ковалев Г. Ф. Имя собственное как прецедент в рекламе. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. Воронеж: Воронежский государственный университет, 2004. № 1. С. 158–164.
8. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. М.: Высш. шк., Дубна: Изд. центр «Феникс», 1996. 381 с.
9. Мельник Г. С. Медиатекст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник. № 1. Томск, 2012. С. 27–30.
10. Норман Б. Ю. Игра на гранях языка. М.: Флинта, 2012. 344 с.
11. A cure for cancer: how to kill a killer [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/science/2018/nov/04/a-cure-for-cancer-how-to-kill-a-killer-revolutionary-immune-system-immunotherapy> (дата обращения: 04.01.2018).

12. Aminatta Forna: don't judge a book by its author [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/books/2015/feb/13/aminatta-forna-dont-judge-book-by-cover> (дата обращения: 17.12.2018).
13. Cord cutters on net neutrality: "It would be the end of wild wild west of the internet" [Электронный ресурс] <https://www.theguardian.com/technology/2015/feb/22/cord-cutters-net-neutrality-end-wild-wild-west-nternet> (дата обращения: 18.12.2018).
14. Dome sweet Dome: the glory of Rome — pictures [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/cities/gallery/2018/aug/09/eternal-city-dome-rome-monochrome-photography-in-pictures> (дата обращения: 17.12.2018).
15. Don and tonic: Oxford University launches its own brand of gin [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2018/feb/11/oxford-university-launches-physic-gin-botanic-garden> (дата обращения: 17.12.2018).
16. Donetsk opera house: tanks on the street but the show must go on [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/music/2015/feb/02/donetsk-opera-ukraine-show-must-go-on> (дата обращения: 02.01.2018).
17. Fifty Shades of pure UK box-office gold [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/film/filmblog/2015/feb/17/fifty-shades-of-grey-uk-box-office> (дата обращения: 08.09.2018).
18. Happy new year? Tell that to the natural world we are destroying [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/dec/31/happy-new-year-natural-environmental-damage> (дата обращения: 02.01.2019).
19. Hobo Mom by Charles Forsman and Max de Radigues — home is where the hurt is [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/books/2019/jan/07/hobo-mom-charles-forsman-max-de-radigues-review> (дата обращения: 07.01.2019).
20. Lette K. Love is blind but marriage is a real eye opener. Great Britain: Black Swan, 2013. 121 с.
21. Maestra by LS Hilton review — many shades of shocking [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/books/2016/mar/28/maestra-ls-hilton-erotica-fifty-shades-observer-review> (дата обращения: 07.12.2018).
22. McGuire J. Walking Disaster. New York, 2012. 416 с.
23. No sex in this city: the bare-faced cheek of Paris's most sensual museum [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/jonathanjonesblog/2016/jan/18/sex-paris-musee-d-orsay-manet-nude-art-deborah-de-robertis> (дата обращения: 09.01.2018).
24. Once upon a time in ... Efteling theme park, the Netherlands [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/travel/2017/aug/28/efteling-fairy-tale-theme-park-netherlands> (дата обращения: 05.01.2019).
25. Perkins S. Anna and the French Kiss. New York: Dutton Juvenile, 2010. 319 с.
26. Starwatch: Jupiter joins the half-moon in a sunset display [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/science/2018/aug/12/starwatch-jupiter-moon-libra-zubenelgenubi> (дата обращения: 12.12.2018).
27. The injustice system: A tale of two Tyras [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/ng-interactive/2016/jan/14/the-injustice-system-us-prisons-tyra-patterson-michelle-lai-dayton-ohio-montgomery-county> (дата обращения: 08.01.2019).
28. To eat, or not to eat? That is the question [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/mar/08/to-eat-or-not-to-eat-that-is-the-question> (дата обращения: 08.01.2019).
29. To ring or not to ring — what are the rules for wearing your wedding band when your relationship's on the rocks? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.telegraph.co.uk/women/life/ring-not-ring-rules-wearing-wedding-band-relationships-rocks> (дата обращения: 08.01.2019).
30. Trump, Brexit, climate change: despair is everywhere. Yet still I can marvel at our humanity [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/dec/21/trump-brexit-climate-change-despair-windrush> (дата обращения: 21.12.2018).
31. Turning water into wine: how did simple H₂O become a luxury commodity [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/culture/2019/jan/02/turning-water-into-wine-how-did-simple-h2o-become-a-luxury-commodity> (дата обращения: 02.01.2019).
32. We flew to New York to create a Home Alone Christmas. Careful what you wish for [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/dec/20/new-york-home-alone-christmas-family-mccallisters> (дата обращения: 08.01.2019).
33. West side stories: theatre artists look to Wales as London prices rise [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/stage/theatreblog/2015/feb/20/theatre-artists-wales-cardiff-london> (дата обращения: 12.01.2019).
34. What We Have Lost review — how Great Britain stopped being great [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/books/2018/dec/24/what-we-have-lost-by-james-hamilton-paterson-the-dismantling-of-great-britain> (дата обращения: 5.01.2019).
35. Will Star Wars: The Force Awakens usher in the return of space opera [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/film/2016/jan/15/week-in-geek-star-wars-force-awakens-return-of-space-opera> (дата обращения: 08.01.2019).

© Балышева Ксения Александровна (qsuaka@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»