

АЛЛЮЗИИ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ ПРИМЕНИТЕЛЬНО К СЕНТИМЕНТ-АНАЛИЗУ

Семенова Мария Олеговна

аспирант, Московский государственный
лингвистический университет, Москва
mariaurahara@mail.ru

ALLUSIONS AND THEIR CLASSIFICATION IN RELATION TO SENTIMENT ANALYSIS

M. Semenova

Summary: Allusion is a stylistic figure that gives uniqueness to the author's text and creates additional difficulties for the translator. The analysis of the emotional tonality of this figure in the texts of the original and the translation allows an objective approach to the evaluation of the translation of works of art. The pragmatic evaluation of a literary text can become a fundamentally new branch of sentiment analysis, which will have practical application. The relevance of the technology of sentiment analysis, also known as automatic analysis of the tonality of the text, is growing in the modern world. At the moment, it is used to monitor public opinion, conduct marketing campaigns, evaluate news events, predict opinions based on analyzed texts, and identify emotional violence.

Keywords: sentiment analysis, allusions, theory of equivalence levels, E-text, corpora.

Аннотация: Аллюзия – это стилистическая фигура, которая придаёт уникальности авторскому тексту и создаёт дополнительные трудности переводчику. Аллюзия может служить для создания атмосферы в тексте, раскрытия персонажа или создания должного прагматического эффекта для читателя. Анализ эмоциональной тональности данной фигуры в текстах оригинала и перевода позволяет объективно подойти к оцениванию перевода художественных произведений. Прагматическая оценка художественного текста может стать принципиально новым ответвлением sentiment-анализа, которое будет обладать применением на практике. Появление тональной библиотеки аллюзий даст необходимый толчок для развития данного направления sentiment-анализа. Актуальность технологии sentiment-анализа, также известного как автоматический анализ тональности текста, в современном мире растёт. На настоящий момент он применяется для мониторинга общественного мнения, проведения маркетинговых кампаний, оценки новостных событий.

Ключевые слова: sentiment-анализ, аллюзии, теория уровней эквивалентности, электронный текст, корпуса.

В литературном произведении аллюзия – это краткая ссылка, явная или неявная, на человека, место или событие или на другое литературное произведение или отрывок.

Как выразился Уилер: «Аллюзия помогает прояснить смысл каждого текста и указать литературные методы, с которыми работает автор». Согласно Лассу аллюзия – это фигура речи, с помощью которой некоторые аналоги сравниваются на основе их аспектов с историей, мифологией, литературой, религиозными книгами и т.д. Аллюзия связана с жизненно важной и постоянной темой в литературной теории, значение аллюзии как замены так же старо, как сам английский.

Важно то, что аллюзия движется только в одном направлении: если А ссылается на В, то В не ссылается на А. Например, мы можем сказать, что один сонет Шекспира ссылается на определенную часть Библии, но обратное неверно.

Поскольку аллюзия и интертекстуальность – это два взаимосвязанных слова, следует знать об этих двух словах. Первый из них упоминался выше. Здесь есть некоторые объяснения интертекстуальности.

Интертекстуальность как термин была введена Джу-

лией Кристевой в 1969 году и с тех пор была значительно расширена другими учеными. Интертекстуальность используется в литературной критике для описания разнообразных способов взаимодействия текстов с другими текстами; в частности, понятие интертекстуальности подчеркивает идею о том, что тексты не являются уникальными, изолированными объектами, а на самом деле составленный из множества других текстов, как известных, так и неизвестных. Аллюзия – это форма интертекстуальности, которая работает в основном через вербальные отголоски между текстами.

Другой термин, используемый для описания аллюзии, – «культурный удар», Кэрол М. Арчер использовала его для обозначения проблем в межтекстовой коммуникации лицом к лицу, этот термин не так силен, как культурный шок. Леппихальм определяет это следующим образом: «Культурный удар происходит, когда индивид оказывается в другой, странной или неудобной ситуации, когда взаимодействие с людьми другой культуры». Конечно, этот автор также использовал этот термин в художественном переводе, в котором читатель может не ясно понять аллюзию на культуру источника, пока он/она не обратится к ее ссылке или не будут даны некоторые пояснения.

Аллюзия обычно проявляется в виде «рамки». Фрейм

- это «комбинация слов, принятая в языковом сообществе в качестве примера предварительно сформированного лингвистического материала». Леппихальм соглашается с тем, что, когда кто-то хочет перевести что-то, прочно укоренившееся в культуре другой нации, ему/ей нужно иметь много фоновых знаний. Если реципиенты не являются носителями двух культур, этот барьер должен быть устранен.

Это исследование фокусируется на стратегиях, предложенных Леппихальмом для решения межкультурной проблемы перевода аллюзий. Очевидно, что читатели текста перевода, выросшие в другой культуре, часто будут совершенно неспособны распознать фразы, в которых встречаются аллюзии на источники культуры.

Аллюзивные имена и фразы могут нести смысл или иметь коннотации, воспринимаемые представителями исходной культуры, но которые могут ничего не передавать иностранным реципиентам. Аллюзии обогащают тексты, в которых используются, поскольку они в качестве литературных приемов делают тексты чрезмерными, и в то же время они используются для создания двусмысленности, особенно когда что-то не так просто сказать напрямую из-за социальных или политических соображений.

Можно с полным правом сказать, что аллюзия играет важнейшую роль в убеждении читателей принять то, что говорит автор, особенно когда они цитируют некоторые отрывки из религиозных текстов или известных литературных произведений. Согласно Леппихальму функции аллюзий можно в целом разделить на три группы: создание юмористического момента, очерчивание персонажей и перенос тем.

Первый из них, юмор, имеет тенденцию функционировать на более локальном уровне, чем два других, которые по сути являются кумулятивными. Юмор (включая пародию и иронию) используется для того, чтобы отвлечь внимание от значения ситуации или персонажа. Намек Конрада на «побелевшую гробницу» в его «Сердце тьмы» является примером иронии, которая изображает религиозное лицемерие.

Аллюзия также может служить экономичным подспорьем для характеристики. Персонажи, хорошо образованные, грамотные и интеллектуальные, используют аллюзии как намеки для того, чтобы служить их интересам. Так, например, центральный персонаж-профессор с прекрасной репутацией часто намекает на Льюиса Кэрролла и других классиков. С другой стороны, наивные и невежественные персонажи не могут распознать аллюзии в речи собеседников.

Можно было бы провести полезное различие между

намеками, действующими в основном на микроуровне и те, что работают на макроуровне. Проще говоря, макроуровень включает в себя внутреннюю

структуру всего текста и его интерпретацию, его повествовательную и поэтическую структуру, драматическую интригу и авторский комментарий.

С другой стороны, микроуровень – это лексико-семантический и стилистический уровни.

Пол Леннон выделяет пять функциональных областей аллюзий, которые могут служить для автора газетных текстов. Эти пять областей заключаются в следующем:

1. Интратекстуальная область: привлечь внимание читателя
2. Интерконтекстуальная: для достижения заимствованных стилистических эффектов, для использования продуктивной двусмысленности слов и фразовых единиц
3. Метатекстуальная: оценивать новую информацию в сравнении с существующими культурными ценностями и наоборот, достигать иронических эффектов насмешек или критики, достигать юмористически гротескных эффектов, убеждать, апеллируя к культурным ценностям
4. Область обработки: облегчить нагрузку на когнитивную обработку для читателя и автора, когнитивно бросить вызов читателю и побудить его читать дальше.
5. Межличностно-аффективная область: установить общий язык с читателем, убедить читателя силлогистически по неявной аналогии, доставить эстетическое удовольствие читателю, продемонстрировать знания писателя о мире, убеждения, ценности и остроумие.

Вообще говоря, интертекстовая область связана со стилистическим выделением, интерконтекстуальная область с импликациями, метатекстуальная область с оценкой, область обработки с облегчением процесса коммуникации, и межличностно-аффективная область связана с барьерами между писателем и читателем...

Уилер утверждает, что аллюзии функционируют в основном в трех видах ссылок: культурной, общей и текстовой. Культурные аллюзии помогают идентифицировать или определить национальные, региональные или классовые культуры. Общие аллюзии указывают на связь между заимствованным текстом и литературным соглашением или традицией. Текстовые аллюзии, безусловно, являются наиболее распространенным видом в викторианской художественной литературе, устанавливая связи между конкретными принятыми и усыновленными текстами. Они выполняют один или несколько из

четырёх различных типов локальных функций, которые часто дополняют друг друга.

Первый очень распространенный тип текстовой аллюзии в художественной литературе иллюстрирует викторианскую привычку заключать в себе и сохранять мудрые высказывания: гномическая аллюзия, то есть транскрибированное утверждение или адаптирован для того, чтобы экономически подчеркнуть какое-то сообщение или тему. Второй тип текстовой аллюзии, который автор называет стенографическими обозначениями, удобно лаконичен и часто используется для краткого указания на типичность персонажа.

Третий тип текстовой аллюзии – заимствованное украшение, такое как ссылка, которая просто создает впечатление, что писатель образован. Текстовая аллюзия четвертого типа, как правило, наиболее интересна и важна: аллюзия как указатель сюжета или тематический указатель в заимствованных текстах. Похоже, что, хотя подобные формы существуют и в тексте оригинала, и в тексте перевода, функция и значение аллюзий оригинала часто могут не передаваться соответствующими словами в переводном тексте.

В простой классификации аллюзий Леппихальм делит их на аллюзии имени собственного и ключевого слова, по степени точности используемой формулировки, обычные и модифицированные аллюзии. На основе исследований метафоры другими возможными критериями могут быть, например, класс слов, что приводит к таким категориям как группа существительного; группа глагола и т. д.

Появление термина «аллюзия» относится еще к XVI веку. Несмотря на давнее появление, определение получает широкое употребление и становится объектом научного изучения в XX веке.

Термин «аллюзия» был рассмотрен многими учеными. Н.Н. Романова определяет аллюзию как стилистическую фигуру, содержащую явное указание или отчётливый намёк на некий литературный, исторический, мифологический или политический факт, закреплённый в текстовой культуре или в разговорной речи. Такие элементы называются маркерами, или репрезентантами аллюзии, а тексты и факты действительности, к которым осуществляется отсылка, называются денотатами аллюзии [13, с. 34].

В словаре С.П. Белокуровой, аллюзия определяется как «сознательный авторский намёк на общеизвестный литературный или исторический факт, а также известное художественное произведение». При этом подчёркивается, что аллюзия «всегда шире конкретной фразы, цитаты, того узкого контекста, в который она заключена,

и, как правило, заставляет соотнести цитирующее и цитируемое произведение в целом, обнаружить их общую направленность (полисемичность)» [1].

Словарь лингвистических терминов Т.В. Жеребило дает следующее определение аллюзии: «Аллюзия – это стилистическая фигура, выражение, намек посредством сходно звучащего слова или упоминания общеизвестного факта» [7, с. 28].

Согласно И.Р. Гальперину, аллюзия является косвенным указанием на какой-либо исторический, географический, литературный, мифологический или библейский факт. По его мнению, употребление аллюзии предполагает знакомство читателя с этим фактом. Аллюзивный источник обычно не дается, потому что автор предполагает, что его читатель обладает такими же знаниями и опытом, как и он сам [4].

К. Новожилова определяет аллюзию как риторическую фигуру, которая отсылает к предметной ситуации других текстов и содержит в себе намёк на литературный или общекультурный факт, который, как и согласно определению Гальперина, входит в тезаурус и автора, и читателя [10, с. 84].

Несмотря на наличие большого числа различных определений термина «аллюзия» среди них можно выделить общие черты данного понятия.

Во-первых, аллюзия всегда предстает в тексте как элемент, содержащий в себе имплицитную информацию. В приведенных нами определениях, ученые для выражения данной характерной черты аллюзии используют понятия «намек», «отсылка», «косвенное указание». Аллюзия содержит в себе указание на какой-либо факт, но при этом автор не использует конкретное и открытое указание, а помогает читателю самому определить скрытую с помощью аллюзии информацию. В исследованиях И.В. Гюббент аллюзия рассматривается как одна из главных категорий вертикального контекста, т.е. объективно существующей вне произведения информации историко-филологического, социокультурного и материально-исторического характера, которая актуализируется в произведении и без знания которой невозможно его полноценное понимание. Такое понимание возможно, если фоновые знания адресата включают в себя данную информацию [1, с. 23]. Также аллюзия предстает средством анализа литературного произведения, выявления уровня фонового знания, а именно историко-филологического фонового знания [5].

Во-вторых, рассмотрение научных определений термина свидетельствует о том, что для использования приема аллюзии необходимы как минимум два текста. Первым становится рассматриваемый текст, в котором и

обнаруживается описываемый прием. Второй же представляет собой тот прецедентный феномен, на который хочет указать автор. Таким образом мы можем говорить о явлении интертекстуальности, проникновении одного текста в другой, рассмотренном ранее. Аллюзии позволяют текстам взаимодействовать между собой, а также дает возможность автором создавать свои тексты на основе ранее созданных. Аллюзия всегда является указанием на что-либо, и объекты этого указания самые разнообразны. Это может быть какой-либо факт, причем исследователи выделяют различные факты – литературные, художественные, исторические, географические, мифологические, библейские. При этом, по мнению некоторых ученых, объектами, на которые указывает аллюзия могут выступать не только различного рода факты, но и высказывания, известные личности, предметы, ситуации. Несмотря на разнообразие понятий, становящихся объектами, на которые ссылаются аллюзии, объединяющим фактором для них становится культурная значимость для конкретной страны, народа, нации или же общемировая известность.

Если считать аллюзию одним из видов интертекстуальности, тогда придется признать, что ее специфика заключается в косвенной отсылке к литературным текстам, которая особым образом заставляет работать память читателя. Действительно, литературная аллюзия предполагает, что читатель в состоянии распознать за иносказаниями ту мысль, которую автор хотел ему внушить, не высказывая ее прямо. Когда в основе аллюзии лежит игра слов, то она немедленно воспринимается как игровой элемент, нечто вроде шуточного подмигивания, адресованного читателю [12, С. 91-92].

По мнению Н.Ю. Новахачевой, в современном газетно-публицистическом дискурсе аллюзия функционирует не только как интертекстуальное явление, но и как стилистический прием, который также используется авторами газетных публикаций для называния своих статей. Чаще всего в исследовании, аллюзии учёные включают в данное понятие две стороны одной сущности: интертекстуальную и стилистическую. Ученая полагает, что аллюзия представляет собой две сущности, названные одним понятием, но отличающиеся друг от друга [11, с. 19].

Если рассматривать аллюзию в стилистическом аспекте, то можно сказать, что она представляет собой «приём текстообразования, заключающийся в соотношении создаваемого текста с каким-либо прецедентным фактом – литературным или историческим». Аллюзия занимает особое место среди средств выразительности газетного языка и не является тропом или фигурой, т.к. трансформирует текст, на основе которого создается с помощью ряда существующих тропов и фигур речи в целом. Кроме того, данное средство выразительности обладает таким важным признаком, как способность наме-

кать посредством сходно-звучного слова, упоминания общеизвестного имени, факта, исторического события, литературного произведения [8].

Таким образом, аллюзия как интертекстуальное явление и аллюзия как стилистический приём обладают, по мнению Н.Ю. Новахачевой, сходными признаками:

- а) наличием денотатов, к которым осуществляется отсылка;
- б) присутствием маркеров; или репрезентантов как элементов этих денотатов [11, с. 27].

При научном изучении термина «аллюзия» возникает необходимость составления классификаций данного стилистического приема. Вопрос о классификации аллюзий разрабатывался многими лингвистами, вследствие чего были созданы различные типологии видов рассматриваемого понятия. Созданные учеными классификации аллюзивных включений строятся на разных основаниях и в своей основе имеют разные классифицирующие признаки.

Классифицировать аллюзии можно по типу атрибутивности, т.е. установления автора, времени, места создания художественного произведения [7, с. 45] в случае аллюзий – прецедентного текста. По мнению А.Г. Мамаевой: «Аллюзии, которые формируют доминантную тему произведения или текста в целом, становятся тематически значимыми аллюзиями». Ведущая, семантически содержательная мысль текста выражается в доминанте текста. Таким образом, согласно А.Г. Мамаевой, выделяются аллюзии доминантные (т.е. тематически значимые) и аллюзии локального действия (т.е. фрагментарно значимые). Фрагментарно значимые аллюзии не способны связывать текст в одно смысловое целое, они лишь способствуют смысловому развитию на определенном текстовом отрезке [9, с. 16, 24]. Такого рода классификация основывается на тематическом принципе построения типологии. В ее основе лежит значимость аллюзий с точки зрения тематического содержания текста.

Тематическое наполнение аллюзий находит свое отражение и в классификации Е.М. Дроновой, которая разделяет данный стилистический прием на две группы. К первой относятся аллюзии, которые составляют основные средства выражения сведений культурного фонда общества. Вторая группа включает «аллюзии, основанные на фактах повседневной жизни и явления массовой культуры», которые являются актуальными только на время создания художественного произведения. Аллюзии данной тематической разновидности можно рассматривать как одно из проявлений современного мифотворчества. Данную классификацию также можно обозначить как тематическую, но основным для типологизации признаком выступает не тематическая значимость, а характеристика тематического содержания ал-

люзий относительно исторического периода создания и общезначимости выражаемого культурного феномена [6, С. 14-15].

Классификация аллюзий, предложенная М.Д. Тухарели [15], основана на различиях заложенной в данных единицах семантики. Типы аллюзий по классификации Тухарели выглядят следующим образом:

1. Первую группу составляют антропонимы – собственные имена людей (индивидуальные и групповые): личные имена, отчества (патронимы), фамилии, родовые имена, прозвища, клички, псевдонимы, криптонимы (скрываемые имена). Также к данной группе могут быть отнесены топонимы – собственные имена географических объектов, зоонимы – собственные имена животных, астрономы – названия отдельных небесных тел, эргонимы – названия предприятий, учреждений, организаций, хрононимы – названия отрезков времени, теонимы – названия и имена собственные богов, демонов, мифологических персонажей.
2. Ко второй группе рассматриваемой классификации относятся аллюзии, в основе которых лежат библейские, мифологические, литературные, исторические и прочие реалии. Аллюзии данной группы содержат указание не на конкретный объект, а на их совокупность, объединенную общей ситуативной целостностью.
3. Третью группу составляют отзвуки цитат, ходовых речений, контаминации – объединения в речевом потоке структурных элементов двух языковых единиц на базе их структурного подобия или тождества, функциональной или семантической близости, реминисценции – осознанные или неосознанные, точные или преобразованные цитаты или иного рода отсылки к более или менее известным ранее произведенным текстам в составе более позднего текста [14].

Помимо рассмотренной выше классификации, дифференцирующей аллюзивные единицы по их семантики, М.Д. Тухарели представлена еще одна типология, в основу которой положено структурное различие в построении и выражении в тексте аллюзии. Так выделяются аллюзии – сверхфразовые единства, аллюзии – абзацы, аллюзии – строфы, аллюзии – прозаические строфы, аллюзии – главы, аллюзии – художественные произведения. С точки зрения структурной организации аллюзии могут быть выражены словом, сочетанием слов или же более крупным словесным образованием [15].

Н.Ю. Новохачева в своих научных исследованиях выделяет одиннадцать тематических классов аллюзий [11, с. 116].

1. Литературно-художественными аллюзиями в данной классификации обозначаются экспрессемы,

т.е. слова, фразеологические обороты, морфологические формы или синтаксические конструкции, которые выступают как экспрессивное, выразительное средство в тексте определенного жанра, принадлежащего к тому или иному функциональному стилю.

2. Фольклорные аллюзии строятся на основе текстов устного народного творчества, имеющего важную культурную ценность. Внутри данного типа аллюзивных единиц Новохачева выделяет четыре подкласса: фразеологические, аллюзии сказочного и считалочного характера, аллюзии на высказывания из русских народных песен.
3. Кинематографические аллюзии представляют собой экспрессемы, построенные на основе прецедентных высказываний из области киноискусства.
4. Песенные аллюзии в текстах выражаются экспрессивными единицами, созданными на основе песенных текстов.
5. Газетно-публицистические аллюзии образованы на основе прецедентных высказываний из газетно-публицистического стиля речи. В данном классе экспрессем Новохачева выделила пять подклассов, которые получили в ее исследованиях условные названия: рекламные аллюзии, общественно-политические аллюзии, лозунговые аллюзии, аллюзии на названия телепередач и аллюзии на названия радиопередач. Рекламные аллюзии своим денотатом, т.е. предметным значением слова, характеризующим связь лексической единицы с обозначаемым объектом, определенную ее направленность на него; разъяснением смысла, предметным значением имени (знака); тем, что называется этим именем, – объектом внеязыковой действительности [7, с.87] имеют текст рекламы.
6. Крылатые аллюзии основаны на прецедентных высказываниях из афоризмов. Стоит отметить, что используемые для создания аллюзивных единиц данного типа афоризмы несут в себе глубокое культурно-тематическое содержание и входят в состав национально-культурной концептосферы.
7. Официально-деловые аллюзии строятся на основе прецедентных текстов и ситуаций из официально-делового стиля.
8. Интермедийные аллюзии созданы на основе ставших прецедентными названий произведений изобразительного искусства. Эта группа также имеет соотношенность с типом аллюзий, денотатом которых выступают различные антропонимы, а в частности хремотонимами – собственными именами предметов материальной культуры.
9. Библизмы своим денотатом имеют прецедентные тексты из религиозных книг. Объектом аллюзий данного типа могут выступать имена библейских персонажей или географических названий

(антропонимы и топонимы), а также отражения реалий библейского сюжета.

10. Научные аллюзии строятся на использовании законов, правил, теорем, теорий и положений различных научных дисциплин, но при этом в большинстве своем являющихся для данной науки основными теоретическими постулатами, что обеспечивает их известность даже среди не занимающихся научной деятельностью людей. В качестве прецедентных текстов научные аллюзии могут использовать правила, изучаемые в школе, или же более сложные положения, понятные лишь определенным социальным группам.
11. Контаминированные экспрессы создаются на основе не одного, а двух и более прецедентных текстов, высказываний и т.д. Соответственно, при выделении денотата данного типа аллюзий должен проводиться комплексный анализ, способный в полной мере раскрыть заложенные в стилистическом приеме авторские интенции, их взаимосвязь и взаимовлияние друг на друга в пределах аллюзивной единицы.

Так же Н.Ю. Новохачевой была составлена функциональная классификация литературных аллюзий, представляющая собой распределение экспрессы по группам в зависимости от той функции; которая возложена на аллюзивный заголовок автором. Основанием данной классификации является характер соотношения со значением прецедентного феномена.

Передача аллюзии в переводе — достаточно трудоёмкая для переводчика задача, которой посвящено много научных работ. Большинство мнений сходятся на том, что переводчику нужно стараться передать прагматический потенциал и структуру аллюзии, при необходимости ввести переводческий комментарий.

Передача прагматики в данном случае заключается в передаче эмоциональной тональности в тексте перевода. Оценить степень удачности перевода в таком случае можно, апеллируя к сравнению оценок/тональностей эмоциональных реакций реципиентов текста оригинала и реципиентов текста перевода. Это достаточно затруднительно, одним из вариантов разрешения проблемы представляется попытка оценить в величинах {-1 (негативный); 0 (нейтральный); 1 (положительный)} эмоциональный отклик реципиента оригинала и эмоциональный отклик реципиента перевода. Попытка выразить отклик/эмоциональную реакцию в

десятичных долях сопряжена с риском неверно соотнести эмоциональную шкалу оценивания реакции реципиента оригинала и эмоциональную шкалу оценивания реакции реципиента перевода.

Попытки подсчитать эмоциональную тональность предложения уже предпринимались, они строились на том, чтобы суммировать оценку эмоциональной тональности у эмоционально окрашенных слов. Специально ради написания подобного рода программ создавались тональные библиотеки эмоционально окрашенных слов.

Однако прописать программу для оценивания эмоциональной тональности аллюзии на основе одних только тональных библиотек эмоционально окрашенных слов невозможно, так как зачастую аллюзии состоят из нейтрально окрашенных слов, для создания должной атмосферы там напрямую упоминается тот или иной культурный феномен. А вот как раз тональных библиотек культурных феноменов не существует нигде. Создание такого рода библиотеки даёт шанс на появление уже более приближенного к реальности оценивания аллюзий. Написание программы оценивания эмоциональной тональности с использованием тональной библиотеки культурных феноменов даст инструмент объективного оценивания художественных переводов.

Цель автора статьи — создать параллельный корпус аллюзий с соотношением оригинал-перевод по эмоциональной тональности в числовом эквиваленте. Так как одна и та же аллюзия может представать в оригинале в разных вариантах, необходимо не только выявить все аллюзии, но и объединить те из них, которые являются вариациями одной и той же аллюзии. Поиск в данном корпусе, должен будет осуществляться по ключевым словам, которые в той или иной мере присутствуют в каждом варианте аллюзии. Задав в поисковой строке ключевое слово, пользователь сможет найти связку вариаций одной и той же аллюзии со значениями эмоциональной тональности. Каждому варианту аллюзии будет противопоставлено несколько вариантов из уже опубликованных переводов на русском языке с пометками об эмоциональной тональности в числовых значениях. На основе данного корпуса в дальнейшем можно создать программу, которая позволит осуществлять поиск аллюзий по ключевым словам в других текстах исследуемого автора или в текстах других авторов, сопоставляя их с имеющимися в корпусе примерами аллюзий и их переводами.

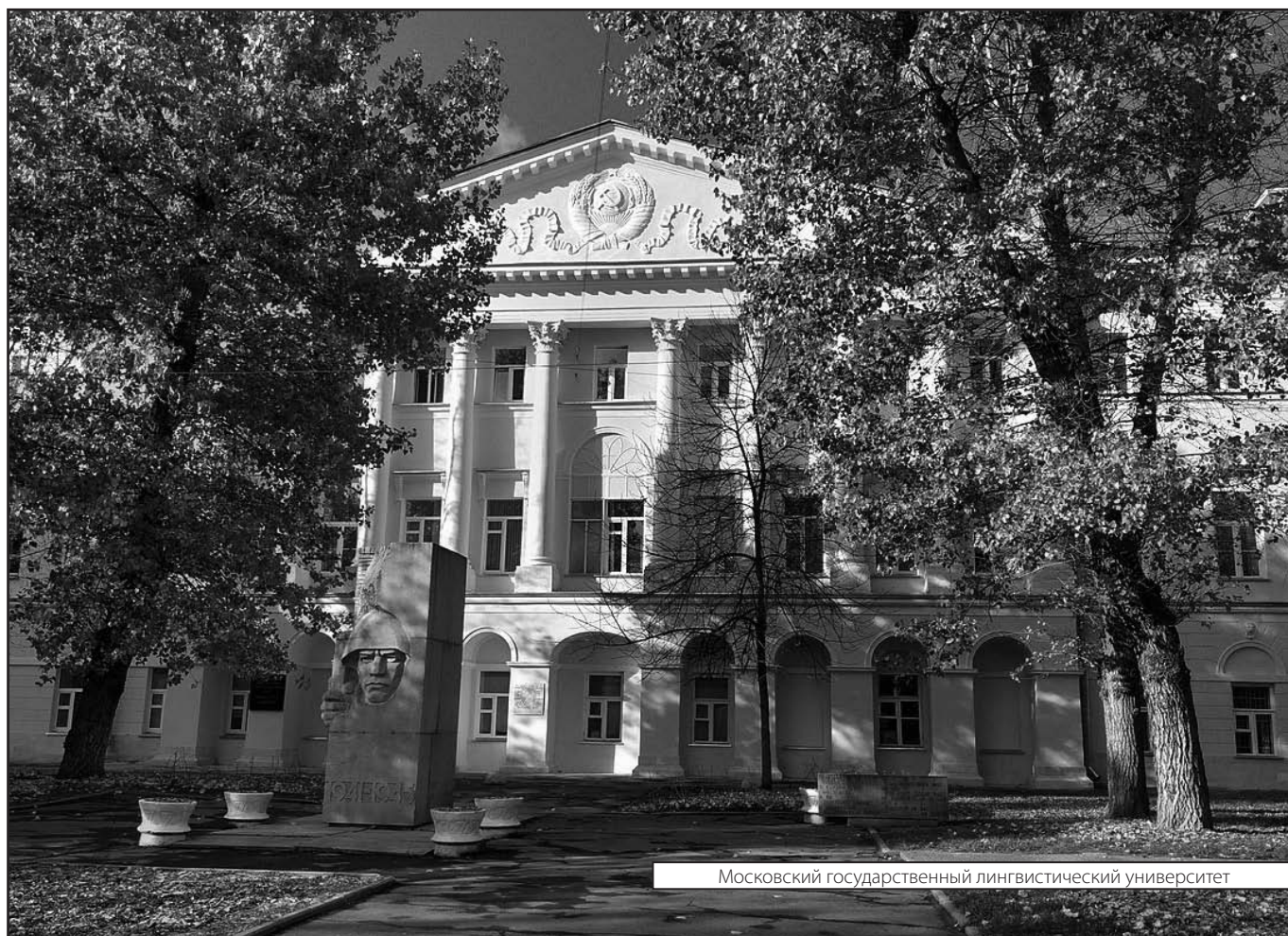
ЛИТЕРАТУРА

1. Аксютин Д.Э. Особенности вертикального контекста художественного телефильма: исторический аспект / Д.Э. Аксютин // Филологические науки. Вопросы

- сы теории и практики. – 2013. – № 9. – С. 22 – 30.
2. Белокурова С.П. Словарь литературоведческих терминов [Электронный ресурс] / С.П. Белокурова. – Режим доступа : <http://gramma.ru/LIT/?id=3.0&page=1&wrd=%C0%CB%CB%DE%7%8%DF&bukv=%C0>. – Загл. с экрана.
 3. Боголюбова Т.А. Российский гуманитарный энциклопедический словарь / Т.А. Боголюбова. – СПб. : Владос, 2002. – 688 с.
 4. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : КомКнига, 2006. – 139 с.
 5. Гюббенет И.В. К проблеме понимания литературно-художественного текста / И.В. Гюббенет. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1981. – 112 с.
 6. Дронова Е.М. Стилистический прием аллюзии в свете теории интертекстуальности: автореф. дис. анд. филол. наук / Дронова Елена Михайловна. – Воронеж, 2006. – 24 с.
 7. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов / Т.В. Жеребило. – Назрань : Пилигрим, 2010. – 488 с.
 8. Краткий словарь современных понятий и терминов / Сост.-общ. ред. В.А. Макаренко. – М. : Республика, 2000. – 670 с.
 9. Мамаева А.Г. Лингвистическая природа и стилистические функции аллюзии: автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Мамаева Алиса Герценова. – М., 1977. – 24 с.
 10. Новожилова К.Р. Стилистика повествовательного текста: Теоретические и исторические основы: Учебное пособие / К.Р. Новожилова. – СПб. : Издательство СПбУ, 2007. – 100 с.
 11. Новохачева Н.Ю. Стилистический прием литературной аллюзии в газетно-публицистическом дискурсе конца XX – начала XXI веков: дис. ... канд. филол. наук / Новохачева Наталья Юрьевна. – Ставрополь, 2005. – 284 с.
 12. Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности: Пер. с фр. / Общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 240 с.
 13. Романова Н.Н. Стилистика и стили: учебное пособие. Словарь / Н.Н. Романова, А.В. Филиппов. – М. : Флинта, 2009. – 416 с.
 14. Супрун А.Е. Текстовые реминисценции как языковое явление [Электронный ресурс] / А.Е. Супрун // Вопросы языкознания. – 1995. – № 6. – С.17–29. – Режим доступа : <http://www.philology.ru/linguistics2/suprun-95.htm>. – Загл. с экрана.
 15. Тухарели М.Д. Аллюзия в системе художественного произведения: автореф. дис. канд. филол. наук / Тухарели Майя Дмитриевна. – Тбилиси, 1984.

© Семенова Мария Олеговна (mariaurahara@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Московский государственный лингвистический университет