

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ В МАСС-МЕДИЙНОМ ЗАГОЛОВКЕ НА СПОРТИВНУЮ ТЕМАТИКУ

Е.С.Ляшенко, Н.П.Курмакаева

Резюме. В работе рассматриваются прецедентные высказывания в заголовках журнала «Футбол» и газет «Комсомольская правда в Украине», «Футбольное обозрение» и «МК Донбасс» к статьям о футболе. Предлагается классификация прецедентных высказываний, приводятся виды их трансформации, анализируется связь заголовка и следующей за ним статьи, сделана попытка выявить функции прецедентных высказываний в заглавии. Используются такие методы исследования: метод сплошной выборки, описательный, анализа и синтеза, статистический.

Ключевые слова: прецедентные высказывания, заголовок, цитата, футбол.

В публикациях современных СМИ активно используются языковые формы, за которыми тянется своего рода «культурный» шлейф, сопровождающий любое их употребление. Для адекватного восприятия таких явлений носителям языка необходим соответствующий культурный опыт, поскольку данные феномены обнаруживают принадлежность к «текстовой картине мира, понимаемой как система знаний энциклопедического характера» [1]. Эти знания закодированы в многочисленных текстах, данных национально-культурному сообществу в виде художественных произведений и фильмов, паремии, фразеологии, песен и проч., то есть всего, что получило в лингвистике наименование *прецедентных текстов*.

Как известно из литературы, термин *прецедентный текст* был введен Ю. Н. Карауловым: «Назовем прецедентными – тексты, значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [2].

Однако понятие *прецедентный текст* получило существенное уточнение в лингвистической науке последних лет. Структурное разнообразие явлений, подводимых под него, и неодинаковая роль в канве повествования становятся предметом многочисленных исследований (Д.Б. Гудков, И.В. Захаренко, И.М. Михалева, Р.Ю. Намитокова, Ю.Е. Прохоров, Г.Г. Слышкин, Ю.А. Сорокин и др.).

Так, например, проф. В.В. Красных понимает термин *прецедентный текст* более узко, чем Ю.Н. Караулов. Исследователь уточняет определение Ю.Н. Караулова и предлагает ввести общее понятие *прецедентный феномен (ПФ)* для всех явлений такого рода, а внутри различать *прецедентные ситуации, прецедентные тексты, прецедентные имена и прецедентные высказывания* [3]. Такую классификацию ПФ считаем наиболее полной, следовательно, убедительной, поэтому принимаем ее за основу.

Рассматривая ПФ как фактор, связанный с культурно-речевой компетенцией, Е.А. Селиванова особо выделяет влияние таких феноменов на организацию коммуникативного поведения и процессов тестопорождения, на выбор того или иного типа, манеры и формы общения [4].

Под **прецедентным высказыванием (ПВ)** мы, вслед за В.В. Красных, будем понимать репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности; законченную и самодостаточную единицу, равную слову, словосочетанию, предложению, обычно со сложной смысловой структурой. В.В. Красных делает существенное уточнение о том, что «прецедентное высказывание по «формальным показателям» является феноменом собственно-лингвистической природы. Оно обязательно неоднократно воспроизводится в речи, и в этом заключается его специфика и отличие от других прецедентных феноменов, которые могут быть потенциально частотными» [3].

К числу ПВ, таким образом, принадлежат цитаты из текстов различного характера (*А судьи кто? Быть или не быть? А воз и ныне там...*), а также пословицы, поговорки, крылатизмы (*Тише едешь – дальше будешь; Как с гуся вода; Познай самого себя*) и т.д.

А.Е. Супрун утверждает, что «то или иное использование готового текста не только воспроизводит точную и привычную формулировку, напоминает уже имеющийся образ, но и устанавливает определенное соотношение производимого текста с предшествующими, т.е. включает его в вертикальный контекст текстового универсума...» [5]. Более того, ПВ обладают особенностью сочетать стандарт с экспрессией, чем создают или усиливают общий эмоционально-экспрессивный фон текста. Вот почему ПВ становятся излюбленным элементом современных газетно-журнальных текстов и особенно часто используются в заголовках медиа-публикаций. Этим объясняем актуальность нашего исследования.

Объектом исследования мы избрали заголовки газет, а **предметом** – прецедентные высказывания в них, потому что именно заголовок несет максимальную смысловую нагрузку, отвечает за коммуникативную связь по линии «автор – читатель». Заголовок концентрированно представляет содержание материала, выражает некую целостную концепцию или образ произведения, настраивая читателя не только идейно, но и психологически. Психологи на основе экспериментальных данных утверждают, что 80% читателей уделяют внимание только заголовкам.

Градации заголовков по смысловой значимости выведена И.Р. Гальпериним, где он, в частности, отмечает, что в иных произведениях название текста настолько глубоко закодировано, что его декодирование

возможно только после прочтения всего произведения [6]. Этот тезис бывает приложим и к прецедентным заголовкам.

Материалом исследования мы избрали популярные в нашем регионе издания: журнал «Футбол», газеты «Комсомольская правда в Украине», «Футбольное обозрение», «МК Донбасс».

Фактический материал (а это все виды прецедентных феноменов), собранный нами за 4 года, показал, что журналисты все чаще используют прецедентные высказывания (ПВ) в качестве или в составе заголовков, эксплуатируя их яркую метафоричность. Функционально в контексте заглавия они могут актуализировать как прямое свое значение, так и переносное, вторичное, что создает сложные ассоциации. В силу возрастающего интереса молодежи к спортивной тематике ПВ значительно активизировались в этой медиа-сфере. Поэтому мы избрали их **предметом** нашего исследования.

Цель данной статьи – классифицировать и описать прецедентные высказывания, собранные из заголовков, связанных со спортивной тематикой.

Выбор тематики не случаен: ПВ в заголовках к статьям именно о спорте – явление яркое, частотное (общий массив картотеки – 90 единиц). В этой сфере смена событий происходит очень быстро, сами события динамичны, напряженны, следовательно, находятся в центре внимания журналистов. А чтобы «подогреть» интерес к описываемой ситуации из мира спорта, автор привлекает нетривиальные приемы, нередко сопровождающиеся языковой игрой. К их числу относятся заголовки-прецеденты. Однако по той же причине спортивная информация быстро устаревает, и многие заголовки-цитаты с течением времени утрачивают актуальность и новизну. Поэтому для иллюстраций мы старались брать заголовки самых новых публикаций, однако некоторые явления встречаются настолько редко, что приходилось задействовать и «архивный» материал.

В процессе работы над выборкой нами было замечено, что заголовки с ПВ чаще всего предваряют статьи о футболе, а сообщения о событиях в других видах спорта почему-то остаются без интересных заглавий. Повышенное внимание к футболу со стороны журналистов очень просто объяснить: по популярности и распространённости на планете футбол является игровым видом спорта номер один. Поэтому журнал «Футбол», журналисты которого умеют создавать яркие и меткие заголовки, послужил основным материалом для нашего исследования.

В результате корпусного исследования собранной картотеки мы получили следующую классификацию ПВ по источникам прецедентности.

Прецедентные высказывания представлены четырьмя группами.

1. **Цитаты из песен (32 единицы)**, например: «Видно, в понедельник их мама родила» [Футбол, 9-12 июня 2011, №46], где роль заглавия выполняет строка из песни «Остров невезения». В статье рассказывается о товарищеском матче сборных Украины и Франции, который проходил в понедельник и закончился поражением нашей команды. Автор удачно воспользовался совпадением текстового и событийного фактов (понедельник), которые привели к одинаково отрицательному результату.

«Где-то, где-то посредине лета» [Футбол, 14-17 июля 2011, №56]. Здесь в качестве заголовка использованы слова из песни В. Меладзе «Посредине лета». Статья о трансферах, совершенных испанскими футбольными клубами в летний период. Заголовок несет своеобразную полуинформацию, что позволяет держать интригу.

2. **Афористические прецеденты (29 единиц)**, например: заголовок «Ни нашим, ни вашим» [Футбол, 25-27 марта 2011, №20] построен на русской поговорке. Результат матча «Днепра» и «Таврии», который завершился вничью, прозрачно зафиксирован в «говорящем» заголовке.

«Баба с возу – кобыле легче» [Футбол, 29-31 августа 2011, №69], заглавие – пословица, заключающая вывод из определенной жизненной ситуации, вполне соответствующей той, что сложилась в результате матча львовских «Карпат» и ПАОКа из Салоник (счет 1:1). В связи с тем, что украинская команда ранее проиграла в Греции, она не сможет выступать в Лиге Европы. Однако журналист убежден, что это к лучшему, ибо «Карпаты» пока не набрали оптимальной формы, а значит, не смогли бы достойно показать себя. Для субъективного вывода найдена подходящая пословица.

3. **Цитаты из литературных произведений (21 единица)**, например: «Добрый молодцам урок» [Футбол, 30 мая-1 июня 2011, №43], где частично воспроизведена конечная фраза большинства сказок А.С. Пушкина. Статья о предвыборной борьбе действующего президента ФИФА Зеппа Блаттера и катарца М. Бин-Хаммама. Последний был обвинен во взяточничестве, из-за чего проведение ЧМ-2022 в Катаре оказалось под угрозой. И азиат снял свою кандидатуру. Данный пример иллюстрирует непрямую связь между заголовком и содержанием статьи, о чем говорил И.Р.Гальперин.

Нередки случаи включения трансформированных цитат, как следующая из поэмы А.С. Пушкина «Полтава»: «Вдруг слабым манием руки на наших двинул он полки!» [Футбол, 11-14 августа 2011, №64]. Напомним, что у Пушкина эта строка звучит так: «Вдруг слабым манием руки на русских двинул он полки». Интересно то, что данное прецедентное высказывание, помещенное на обложке журнала, не повторилось на его страницах, то есть прямо не относилось ни к одной из статей. Однако в журналах всегда выделяется главная тема номера, о которой редактор рассуждает в своей колонке. В данном выпуске такой темой выступил товарищеский матч сборных Украины и Швеции, который завершился со счетом 0:1 не в пользу нашей команды. Таким образом, можно с уверенностью сказать, что цитата на обложке относилась именно к статье о вышеописанном событии.

Кстати, на обложке газет или журналов ПФ (в том числе и ПВ) встречаются довольно редко. В основном главная тема номера называется прямо, без использования интересных языковых приемов.

4. **Цитаты из фильмов (8 единиц)**, например: «Англия сдалась!» [Футбол, 12-14 октября 2009, №79]. Статья о том, что сборная Украины сенсационно обыграла Англию в отборе на ЧМ-2010. На первый взгляд, в этом заголовке нет ничего особенного. Однако журналист делает сноску: «Разумеется, это цитата из бессмертного фильма “Тот самый Мюнхгаузен”»:

- Нет, это не герцог, это тряпка!

- Что вы от него хотите, сударыня, – Англия сдалась!».

Объясняя читателям происхождение данного заголовка, автор статьи, бесспорно, выполняет просветительскую функцию (вряд ли многие помнят эту цитату), а также демонстрирует собственную эрудицию. В нашей картотеке это единственный пример, в котором журналист сам объясняет происхождение заголовка.

Представленные примеры – образцы дословных ПВ. Однако в современных медийных заголовках цитаты чаще встречаются в трансформированном виде: трансформация делает стандартную речевую формулу экспрессивной, способствует созданию эффекта новизны. «Трансформация текстов идет за счет наполнения начальной формы новым деструктурированным содержанием с использованием цитат, героев, ситуаций и так называемых «украденных» объектов из известных канонических произведений» [7]. Чтобы разбудить у воспринимающего доверительные чувства, иногда достаточно опоры на структуру пословицы, крылатого выражения или известную песню, строку из популярного произведения. Формальное сходство вызывает необходимые ассоциации, подсказывает читателю исходный вариант прецедентного высказывания. В этом случае оно повышает выразительность заголовка, наполняет его новыми смысловыми оттенками.

Систематизация всех типов трансформации ПВ в научных источниках отсутствует. На основе анализа собранной картотеки мы обнаружили следующие способы трансформации заголовков: 1) замена компонентов; 2) усечение компонентов; 3) добавление компонентов. Рассмотрим их.

1) Замена компонентов – один из самых распространенных способов модификации прецедентных высказываний: «Зима. Дешевка торжеству» [Футбол, 29 ноября-1 декабря 2010, №95], «Старый конь игры не испортит» [Комсомольская правда в Украине, 29 октября-4 ноября 2010, №244], «Очки по осени считают» [Футбольное обозрение, 21 октября 2011, №82]. В этой группе часто встречаются антонимические замены: «На ошибках не учатся» [Футбол, 11-13 апреля 2011, №29], «Тяжелой походкой мы вышли из бани...» [Футбол, 11-14 августа 2011, №64]. Также нам встретился заголовок с графическим выделением основной смыслообразующей морфемы (которая, кстати, совпадает с ключевым словом пословицы) в новом слове: «Против Ломбертса нет приема» [Футбол, 3-6 ноября 2011, №88]. Такие трансформации осуществляются с целью актуализации ключевых для данной статьи слов.

2) Усечение компонентов строится на недоговоренности известной фразы, например: “Эх, дороги...” [Футбол, 25-28 февраля 2010 - №16], «Как на наши именины...» [МК Донбасс, 16-23 сентября 2011, №73]. Здесь проявляется, с одной стороны, экономия речевых средств, а с другой – усиливается интрига.

Иногда встречаются примеры, в которых одновременно произошла замена и усечение компонентов: «Не думай о kickoff-ах свысока» [Футбол, 11-14 августа 2011, №64] (kickoff – с англ. начало матча; вводить мяч в игру ударом с центра), «Не Месси единым» [Футбольное обозрение, 21 октября 2011, №82].

3) Добавление компонента принадлежит к более редким способам преобразования ПВ: «Кто виноват? Сами!» [Футбол, 6-8 декабря 2010, №97], «Птица “договорун” отличается умом и сообразительностью. Но иногда все же попадает» [Комсомольская правда в Украине, 24-30 июня 2011, №135]. Суть такой трансформации в неожиданном переосмыслении известного с учетом прагматического, ситуационного.

Кроме того, нам встретился интересный пример, когда одно и то же событие по-разному описывается и озаглавляется в двух номерах подряд одной и той же газеты: «Первый блин» [МК Донбасс, 16-23 сентября 2011, №73] – ср. «Первый блин комом» (усечение компонента) и «“Шахтер” в девятую не воин» [МК Донбасс, 21-27 сентября 2011, №74] – ср. «Один в поле не воин» (замена компонентов). Толчком к таким разным заголовкам послужил первый матч донецкого “Шахтера” с португальским “Порту” в Лиге Чемпионов этого сезона. Этот матч, к сожалению, закончился поражением украинской команды.

Увлеченность аллюзией В.Г. Костомаров объясняет следующим образом: «достаточно не скрупулезно обозначать расчлененные предметы и понятия, но лишь намекать на них, называть целые сферы, явления и акции» [8].

В связи с употреблением заголовков-цитат возникает проблема их глубинного восприятия. Складывающееся между объектом и реципиентами отношение, имеющее диалогическую природу, предполагает наличие у адресанта и адресата так называемой общей памяти, под которой понимается то состояние культуры, опыта, общих и специальных знаний, установок, которое объединяет объект (как адресанта) и реципиента (адресата) в коммуникативном акте [9].

Если адресату доступно только буквальное восприятие выражения, содержащего ПВ, то можно говорить о неадекватной (поверхностной) интерпретации текста воспринимающим. Поскольку суть прецедентного высказывания заключается не в буквальном значении лексического состава, а в ассоциациях, которые тот должен вызвать.

Немотивированное употребление ПВ в заголовке, то есть без связи с содержанием статьи, создает коммуникативный дискомфорт при восприятии сообщения.

Исходя из проведенных наблюдений, можно сделать вывод, что прецедентные высказывания активно используются журналистами в качестве или в составе заголовков публикаций, имеют разнообразное происхождение. Чаще всего они подвергаются лексико-семантическим трансформациям. Такой прием является, как правило, разновидностью языковой игры, позволяет соединять в заголовке несколько смыслов. А. А. Негрышев полагает, что «красивая», с элементами игры или полностью игровая манера подачи информации нацелена не на удовлетворение «эстетических потребностей» получателя, а на оптимизацию информационного воздействия на него [10]. «Языковая игра в СМИ, на страницах газет особенно, становится не просто творческим самовыражением, оригинальным отражением действительности, но и эффективным способом ее оценки. Читатель всегда получает интерпретацию информации, как бы ни подчеркивался ее объективный характер. Оценочность – основной стилиобразующий фактор публицистических материалов начинает играть свою роль уже на начальной стадии создания текста. Она проявляется в отборе и классификации фактов и явлений действительности, в их описании под определенным углом зрения, в специфических лингвистических средствах, формулировке заголовка...» [11]. Если говорить конкретно о заголовках с прецедентными высказываниями в спортивных изданиях, то оценка событий – их основная функция. Посмотрев на заглавие, мы можем догадаться о личном отношении автора к результату того или иного матча, его эмоциях по этому поводу, о том, какой команде он симпатизирует. Заголовком журналист может демонстрировать читателю свое ироничное, несерьезное, насмешливое, осуждающее отношение к событию. Несомненно, присутствует и воздействующая функция. «Выразиться нейтрально невозможно. Всякое использование языка предполагает воздействующий эффект» [12]. Мы невольно можем принимать точку зрения журналиста, найдя его заголовок и статью в целом довольно убедительными аргументами. «...Лексический уровень языка имеет обширные ресурсы воздействия на сознание. Выбор номинативной единицы, ее семантическая структура, стилистическая окраска, парадигматические и синтагматические связи определяют речевоздействующий потенциал слова» [13]. Конечно, немаловажной является функция привлечения внимания, так как спортивных газет и журналов довольно много (к тому же во многих газетах имеются спортивные страницы), и нужно чем-то отличаться от конкурентов. А читатель почти сразу обращает внимание на необычный заголовок, ему хочется понять, что таким образом хотел сказать автор статьи, какая основная идея его рассуждений. Также любознательный читатель обязательно захочет узнать источник заголовка, который, возможно, поможет открыть дополнительные смыслы статьи.

Цитатный заголовок как бы предлагает ответить читателю на ряд вопросов: откуда цитата, кто ее автор, почему журналист использует ее, как цитата связана с текстом статьи, какие смыслы несет? Еще больше загадок, пресуппозитивной и подтекстовой информации таит в себе трансформированная цитата, поскольку надо вспомнить, что было изменено, как цитата звучала в оригинале, с какой целью автор изменил ее. Такие текстовые единицы несут «сгущенный», сконденсированный смысл, требуют работы мысли.

Конечно, мы привели не весь перечень функций заголовков с прецедентными высказываниями, ибо каждый пример характеризуется их уникальным набором. И очень часто абсолютно все функции заглавия довольно трудно выявить, поскольку сам журналист может и не догадываться обо всех потенциальных возможностях своего творения. Проблема может возникнуть еще и с тем, что журналист рассчитывает на определенного читателя, который сможет разгадать его замысел. Но, естественно, печатные СМИ покупает большое количество людей, и у них у всех неодинаковый уровень знаний. Так что даже самый удачный, по мнению журналиста (и самых преданных его читателей), заголовок может остаться непонятым, а значит бессмысленным, и у непросвещенных читателей вызовет только недоумение. К тому же нельзя забывать, что у каждого человека складывается свое мнение относительно определенной ситуации, которое может отличаться от точки зрения журналиста, и даже самый красочный заголовок вряд ли переубедит его. И такой читатель, естественно, не станет размышлять над «великим замыслом» автора статьи, а просто будет листать газету дальше.

Предложенная классификация ПВ, посвященных спортивной тематике, не может считаться полной, так как журналисты продолжают искать новые способы введения в заголовок своих статей чужих текстов или их элементов. Выделено три основных вида трансформации ПВ, что тоже не является окончательным. Проанализированы функции ПВ в составе заголовка и связь с содержанием текста, предпринята попытка выяснить причины неадекватного восприятия заголовка-цитаты. Перспективность исследования заключается еще и в том, что детального рассмотрения требуют и остальные виды прецедентных феноменов как по происхождению, так и по семантическим и синтаксическим особенностям в связи с частотностью использования.

Практическая ценность подобных исследований заключается в том, что результаты могут быть использованы в вузовских курсах современного русского языка, спецкурсах по стилистике, языку современных масс-медиа, а также при написании практических пособий и рекомендаций по теории и практике журналистики.

Литература

1. Семенец О. Прецедентный текст в газетном заголовке и современная текстовая картина мира / О.Семенец. – Режим доступа: <http://www.philol.msu.ru/~rlc2001/abstract/files/textolog.pr.doc>
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н.Караулов. – М., 1987. – 264 с.

3. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В.В.Красных. – М., 2003. – 375 с.
4. Селіванова О.О. Явище прецедентності в процесах номінації / О.О. Селіванова // Уч. записки Таврического нац. ун-та им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации» - Т. 22 (61). – 2009. – С. 324-329.
5. Супрун А.Е. Текстовые реминисценции как языковое явление / А.Е.Супрун // Вопросы языкознания. – 1995.– №6. – С. 17-29.
6. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р.Гальперин. – Изд. 5-е, стереотип. – М., 2007. – 144 с.
- 7.Капинус Д.В. Корпус прецедентных текстов в рекламе хайтек-товаров / Д.В. Капинус, Т.С. Пристайко // Лексико-грамматические инновации в современных славянских языках: V Международная научная конференция (Днепропетровск, ДНУ имени Олеса Гончара, 7-8 апреля 2011 г.): материалы / составитель Т.С. Пристайко. – Д: Нова Ідеологія, 2011. – с. 160.
- 8.Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе / В.Г. Костомаров. – М.: Изд-во МГУ, 1971. – 257 с.
- 9.Елина Е. Семиотика рекламы / Е. Елина. – Режим доступа: <http://www.kvartet.net>.
- 10.Негрышев А.А. Языковая игра в новостном медиатексте: референциально-прагматический аспект / А.А. Негрышев. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/669>
- 11.Солганик Г. Я. Публицистика как искусство слова // Поэтика публицистики/ Под ред. Г. Я. Солганика. – М., 1990. – С. 3-9.
- 12.Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти / Р.Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М, 2007. – С. 39-44.
- 13.Иссерс О.С. Речевое воздействие: учеб. Пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / О.С. Иссерс. – 2-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 224 с.

УДК 82.312.1

ТРАНСФОРМАЦИЯ СИМВОЛИЧЕСКИХ ОБРАЗОВ ВОДЫ И КОРАБЛЯ В РОМАНЕ ДЖ. БАРНСА «ИСТОРИЯ МИРА В 10½ ГЛАВАХ»

Ю.В. Нестеренко, Л.Л. Мармазова

Резюме. Данная статья посвящена проблеме трансформации основных символических образов, которыми являются вода и корабль, в романе английского писателя Дж. Барнса «История мира в 10 ½ главах». При анализе во внимание брались основные положения модернизма, национальные особенности британской литературы, которые обуславливают особую трактовку анализируемых нами символов. Вышеуказанные символы рассматривались с учетом эстетической специфики и философской трансформации, а также личной трактовки их автором.

Ключевые слова: символика, вода, стихия, хаос, корабль, тюрьма, безысходность.

Джулиан Барнс – один из самых известных британских прозаиков второй половины XX века, и хотя его творчество является сравнительно новым в истории литературы, поэтику его произведений, в частности «Историю мира в 10 ½ главах», уже частично исследовали Д. В. Затонский [1], С. Фрумкина. Проблеме истории в этом романе посвящена работа Джеймса Мартина “Inventing Towards Truth: Theories of History and the Novels of Julian Barnes” [2]. Е. В. Плетенева [3], Н. А. Зинкевич, И. И. Матюшина в своих публикациях также дают общую картину всего творчества автора. В. В. Кулакова [4] и В. Г. Бабенко акцентируют внимание на жанровой специфике романа, а Я. Ю. Муратова [5] исследует элементы мифопоэтики в английском романе на материале творчества Дж. Барнса. Конечно, по произведениям этого английского писателя на данный момент существует очень мало монографий, и в основном все они принадлежат зарубежным литературоведам, среди которых стоит отметить имена К. Хьюитта [6], Дж. Фримена, Дж. Мартина, С. Ричи [7], М. Моузли [8]. Тем не менее, работы таких отечественных исследователей как Е. В. Колодинская, А. В. Месяжнинова [9], Е. В. Царева [10], В. М. Яценко, В. В. Кулакова также содержат информацию о разных аспектах романа «История мира в 10½ главах», таких как архетипическая основа произведения, черты романности, пародийность и травестия, а также функция исторического прошлого. Д. А. Радченко в своей статье, посвященной Дж. Барнсу, анализирует дидактику его произведений, а Я. С. Матвеева - роль христианских символов в нем. Я. С. Гребенчук и Л. С. Бербенец [11] анализируют творчество Барнса, работая над проблемой «филологического романа» в английской литературе и особенностями художественной репрезентации. И все же, несмотря на то, что как в отечественном, так и в зарубежном литературоведении уже накоплен большой материал по творчеству британского автора, исследование символических образов, их индивидуальной трактовки влияние на них литературных течений и философских систем, с которыми работает писатель, остается актуальным. Чаще всего в проработанной нами литературе элементы символики не связывались с проблематикой произведений, а рассматривались в основном в сопоставлении с другими романами русской и зарубежной литературы и в связи с вопросами об общих тенденциях развития жанра модернистского романа второй половины XX века. Также пока что существует очень мало работ, посвященных исключительно комплексному рассмотрению символов в анализируемом нами произведении.