

ФИЛОЛОГИЯ

PHILOLOGY

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

LINGUISTICS

Вестник Ивановского государственного университета.

Серия: Гуманитарные науки. 2026. Вып. 1. С. 56—61.

Ivanovo State University Bulletin. Series: Humanities. 2026. Iss. 1. P. 56—61.

Научная статья

УДК 81'373.7:81'23:070

EDN <https://elibrary.ru/aogbxj>

DOI: 10.46726/И.2026.1.7

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В КАЧЕСТВЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В ТЕКСТАХ БРИТАНСКИХ СМИ

Ирина Владимировна Куражова

Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, stellina_@mail.ru

Аннотация. Данная статья посвящена анализу знаковых и узнаваемых большинством носителей того или иного языка лексических единиц, которые характеризуются устойчивым и воспроизводимым составом. В статье рассматриваются прецедентные феномены, а также фразеологические выражения, которые входят в состав когнитивной базы языковой личности как имплицитный элемент. Представлена точка зрения о целесообразности включения фразеологизмов в состав прецедентных феноменов на основе анализа их сходств и различий. Материалом исследования послужили тексты современных англоязычных газет. Использование подобных лексических единиц в газетном дискурсе добавляет дополнительный уровень понимания, так как они являются частью воспринятых ранее текстов и вызывают в памяти адресата пережитый опыт. Подчеркивается важность понимания специфических черт этнического языкового сознания для эффективного взаимодействия представителей разных лингвокультур. Выявлено, что прецедентные феномены отражают ценностные ориентиры народа-носителя языка и являются важной частью национально-языковой картины мира.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, языковая личность, прецедентный феномен, фразеологизм, газетный дискурс, национально-языковая картина мира

Для цитирования: Куражова И.В. Фразеологизмы в качестве прецедентных феноменов в текстах британских СМИ // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2026. Вып. 1. С. 56—61.

Взаимодействие языка и культуры имеет центральное значение в современной лингвистике, поскольку национально-культурная обусловленность языкового сознания в значительной степени влияет на межкультурную коммуникацию. Эффективное взаимодействие представителей разных лингвокультур невозможно без понимания специфических черт этнического языкового сознания. В этой связи

необходимость изучения коммуникативной функции языка как основной является неоспоримой. Можно выделить несколько уровней владения языком. Особое место занимают национально-культурный и энциклопедический уровни, которые позволяют понять некоторые события, факты, имена, хранящиеся в коллективной памяти того или иного лингвокультурного сообщества и понятные подавляющему большинству его представителей. Речь идет о прецедентных феноменах, без понимания специфики функционирования которых возникают ошибочные суждения, которые, в конечном итоге, приводят к коммуникативным сбоям.

В данной статье мы уделяем особое внимание языку современной англоязычной газеты. Вопрос функционирования и речевого воздействия языка современной газеты активно изучается в лингвистике [Горина; Долгирева; Фисенко]. Следует отметить, что тексты средств массовой информации, в частности статьи из газет, в современном мире являются чрезвычайно распространенной формой существования языка. Публицистические тексты характеризуются образно-эмоциональной выразительностью, поэтому для эффективного взаимодействия с читателем необходимы художественно-выразительные средства, которые создают яркие образы в сознании. В этой связи использование прецедентных феноменов и фразеологических единиц является целесообразным, так как они ярко и точно выражают эмоциональное отношение автора, а сообщение приобретает значимость.

Вслед за рядом исследователей [Гудков; Караулов; Красных; Нахимова] мы понимаем под прецедентными феноменами непрерывно возобновляемые в речи единицы, которые понятны без дополнительных объяснений большей части носителей той или иной лингвокультуры. Вместе с тем возникают сомнения по поводу принадлежности фразеологизмов прецедентным феноменам. В.И. Макаров и В.В. Красных считают, что воспроизводимость фразеологизмов является недостаточным основанием, чтобы отнести их к прецедентным феноменам [Макаров; Красных]. Главный аргумент их позиции заключается в том, что, в отличие от прецедентных феноменов, фразеологизмы относятся к фактам языка, а не к фактам речи. Они также отмечают цитатный характер прецедентных феноменов, что указывает на неразрывную связь с исходным текстом. Если эта связь исчезает, то теряется знаковость и выразительность.

Вместе с тем Ю.Б. Пикулева, А.Е. Супрун, М.Ю. Илюшкина склонны отнести фразеологические единицы к прецедентным феноменам [Пикулева; Супрун; Илюшкина]. Как полагает А.Е. Супрун, «есть достаточно оснований думать, что некоторые пословицы и поговорки возникли тоже из текстовых реминисценций, но затем предшествующие тексты были забыты» [Супрун: 26]. Н.М. Шанский, Ю.Н. Караулов, В.Г. Костомаров, Н.Д. Бурвикова отмечают у фразеологизмов ряд сходств с прецедентными феноменами. Как уже отмечалось ранее, это, прежде всего, воспроизводимость в рамках того или иного лингвокультурного сообщества, узнаваемость подавляющим большинством представителей сообщества, эмоциональная окрашенность, выразительность, отсутствие дословного перевода, а также актуальность в когнитивном плане.

Нами были проанализированы тексты статей с англоязычных новостных сайтов bbc.co.uk, theguardian.com и dailymail.co.uk, которые относятся к наиболее популярным и читаемым по данным сервиса SimilarWeb. Следует отметить, что каждая из рассмотренных статей содержит прецедентные феномены, среди которых особое место занимают фразеологизмы. Так, в статьях англоязычных газет часто встречается такое устойчивое сочетание, как *blue-sky thinking* или *blue-sky research*, основным компонентом которого является прилагательное *blue-sky*. В словаре Cambridge Dictionary приводится следующее определение *using*

the imagination to think of ideas that do not yet have practical uses or make money [Cambridge Dictionary] (использование воображения, чтобы придумывать идеи, которые еще не нашли практического применения и не приносят денег). Словарь Oxford English Dictionary приводит следующую дефиницию *creative or visionary; unconstrained by current or conventional assumptions, models, and applications* [OED] (творческий или дальновидный; не ограниченный существующими или общепринятыми предположениями, моделями и приложениями). Фразеологизм *blue-sky thinking* является синонимом *think outside the box*. Данное сочетание слов популярно в бизнес-среде, его можно отнести к так называемому офисному сленгу. Перевод необходимо подбирать исходя из контекста: свободный полет мысли; думать оригинально, за пределами доминирующих представлений; творческий подход; мыслить нестандартно.

В статье Тима Адамса *'No one should have more than €10m'* [No one should...] («Ни у кого не должно быть больше 10 миллионов евро») автором анализируется идея снижения доходов очень богатых людей. В интервью профессор Ингрид Робейнс говорит, что ограничения необходимы, если мы хотим искоренить бедность и защитить социальную сплоченность и планету. В данной статье встречается фразеологизм *blue-sky thinking*, который мы рассматриваем как прецедентное высказывание: *Robeyns is very sharp on the ways that this habit of "blue sky thinking" always tends to stop short of addressing the fundamental connection between those crises and the delegates' own "tax efficient" accumulation of riches and selective private philanthropy* (Робейнс очень четко указывает на то, что эта привычка «мыслить нестандартно» всегда приводит к тому, что мы не обращаем внимания на фундаментальную связь между этими кризисами и собственным «эффективным с точки зрения налогообложения» накоплением богатства делегатами и выборочной частной благотворительностью). Идиоматическое выражение *blue-sky thinking* указывает на такой склад ума, который, прежде всего, приводит к нестандартным решениям, но которые не всегда уместны, с точки зрения профессора Робейнс. Автор статьи использует данное прецедентное высказывание, чтобы обратить внимание читателей на нецелесообразность и недостаточность предпринимаемых попыток исправить ситуацию. Решение, не ограниченное какими-либо границами, не всегда приводит к нужным результатам. Несомненно, данный фразеологизм актуален в когнитивном плане и вызовет соответствующие эмоции у читателей.

Еще один пример использования данного прецедентного феномена встречается в статье Элин Хант *'Blue sky thinking: is it time to stop work taking over our lives?'* [Blue sky thinking...] (Поступай как хочешь: не пора ли остановить посягательство работы на наши жизни). Автор задается вопросом, не пора ли перестать так много думать о работе, которая «захватывает» нашу жизнь. Антрополог Джеймс Сузман говорит, что сейчас самое подходящее время обуздать наши разрушительные рабочие привычки. Вместе с тем он сомневается, что такое возможно. Представляя себе новый способ работы, мы могли бы начать с вопроса о том, действительно ли наши желания безграничны и сколько мы готовы за них заплатить. Автор статьи призывает подойти к решению данной проблемы творчески и выйти за рамки принятых представлений.

Журналистка Сара Холл в своей статье *'Blue sky thinking: why we need positive climate novels'* [Blue sky thinking; why...] (Пора отправиться в свободный полет мыслей: почему нам нужны экопозитивные романы) пишет о том, что фантастика об окружающей среде переживает настоящий бум. Автор задается вопросом, может ли она выйти за рамки антиутопии и дать более светлое представление

о будущем. В настоящее время климатическая фантастика (cli-fi) — это отдельный жанр, который стремительно развивается. По мнению автора статьи, только нестандартные идеи и решительные действия позволяют сделать данный жанр популярным и способным создать положительное отношение к климатической повестке.

Одной из частотных и узнаваемых идиом, как в заголовках, так и в текстах статей является идиома *the green-eyed monster* (дословно: зеленоглазое чудовище), которая отсылает к пьесе У. Шекспира «Отелло», а именно к речи Яго, в которой так он называет ревность. В статье Вирджинии Маллин, которая так и называется '*The green-eyed monster*', автор предупреждает, что нужно остерегаться ревности, этого дьявола, но мы все равно регулярно сталкиваемся с ней. Немногие из нас могут сказать, что не испытывали ревности по отношению к человеку, к которому мы эмоционально привязаны. Выбирая такой заголовок, автор напоминает о последствиях. Благодаря использованию данного фразеологизма автор передает большой объем информации в сжатой форме. Кроме того, в тексте статьи встречается прецедентный текст, который также отсылает к пьесе «Отелло» и усиливает воздействие на читателя, так как имеет важное значение в познавательном и эмоциональном плане: *We're warned to beware of jealousy, the fiend "which doth mock the meat it feeds on", yet we still tangle with it regularly* [The green-eyed...] (Нас предупреждают остерегаться ревности, этого демона, «глумящегося над своей добычей»), но мы все равно регулярно вступаем с ним в борьбу). Автор обращается к уже имеющимся знаниям у читателя, вызывая определенные ассоциации.

Таким образом, прецедентная лексика — это мощный инструмент в руках журналиста. Она позволяет сделать текст лаконичным, выразительным и запоминающимся. Прецедентные феномены обладают культурным, историческим и социальным значением для определенного сообщества. Они являются своеобразным культурным кодом, благодаря которому можно рассказать целую историю с помощью одного слова, а также вызвать эмоции через узнаваемые образы. Апелляция к прецедентным феноменам, к которым мы относим и фразеологизмы, в текстах новостных сайтов позволяет автору статьи использовать данные лексические единицы в качестве явной или скрытой аргументации, обращаться к внутренним установкам и ценностным ориентирам читателя, которые являются важной частью национально-языковой картины мира, что позволяет привлекать и удерживать его внимание.

Список источников

- Blue sky thinking: is it time to stop work taking over our lives? URL: <https://www.theguardian.com/money/2020/oct/04/blue-sky-thinking-is-it-time-to-stop-work-taking-over-our-lives> (accessed: 23.10.2025).
- Blue sky thinking: why we need positive climate novels? URL: <https://www.theguardian.com/books/2025/aug/16/blue-sky-thinking-why-we-need-positive-climate-novels> (accessed: 23.10.2025).
- Cambridge dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/blue-sky> (accessed: 23.10.2025).
- No one should have more than €10m: the author of Limitarianism on why the super-rich need to level down radically, URL: <https://www.theguardian.com/books/2024/jan/21/how-much-personal-wealth-is-enough-ingrid-robeyns-limitarianism> (accessed: 23.10.2025).
- Oxford English Dictionary [OED]. URL: https://www.oed.com/dictionary/blue-sky_adj?tl=true (accessed: 23.10.2025).
- The green-eyed monster. URL: <https://www.theguardian.com/theguardian/2001/apr/28/weekend7.weekend10> (accessed: 23.10.2025).

Список литературы / References

- Горина Е.В. Газета в аспекте речевого воздействия на личность: дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2004. 247 с.
(Gorina E.V. Newspaper in the aspect of speech influence on personality: dis. ... Candidate of Sciences (Philology), Yekaterinburg, 2004, 247 p. — In Russ.)
- Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: Гнозис, 2003. 288 с.
(Gudkov D.B. Theory and practice of intercultural communication, Moscow, 2003, 288 p. — In Russ.)
- Долгирева А.Э. Газетный заголовок в прагмалингвистическом аспекте: дис. ... канд. филол. наук. Таганрог, 2002. 298 с.
(Dolgireva A.E. Newspaper headlines in the pragmalinguistic aspect: dis. ... Candidate of Sciences (Philology), Taganrog, 2002, 298 p. — In Russ.)
- Илюшкина М.Ю. Прецедентные феномены в российской и британской печатной рекламе услуг для туристов: дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008. 272 с.
(Ilyushkina M.Yu. Precedent phenomena in russian and british printed advertising of tourist services: dis. ... Candidate of Sciences (Philology), Yekaterinburg, 2008, 272 p. — In Russ.)
- Красных В.В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и коммуникации // Вестник МГУ. 1997. № 3. С. 62—75.
(Krasnykh V.V. Cognitive base and precedent phenomena in the system of other units and communication, *Vestnik MGU*, 1997, no. 3, pp. 62—75. — In Russ.)
- Макаров В.И. Особенности реализации текстообразующей функции фразеологизмов и прецедентных феноменов // Вестник Новгородского Государственного университета. 2010. № 57. С. 60—62.
(Makarov V.I. Features of the text-forming function of phraseological units and precedent phenomena, *Vestnik of Novgorod State University*, 2010, no. 57, pp. 60—62. — In Russ.)
- Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации: монография. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2007. 207 с.
(Nakhimova E.A. Precedent names in mass communication: monograph, Yekaterinburg, 2007, 207 p. — In Russ.)
- Пикулева Ю.Б. Прецедентный культурный знак в современной телевизионной рекламе: лингвокультурологический анализ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2003. 23 с.
(Pikuleva Yu.B. Precedent cultural sign in modern television advertising: linguocultural analysis: abstract of the dis. ... Candidate of Sciences (Philology), Yekaterinburg, 2003, 23 p. — In Russ.)
- Супрун А.Е. Текстовые реминисценции как языковое явление // Вопросы языкознания. 1995. № 6. С. 17—29.
(Suprun A.E. Textual reminiscences as a linguistic phenomenon, *Voprosy Jazykoznanija*, 1995, no. 6, pp. 17—29. — In Russ.)
- Фисенко И.Е. Коммуникемы русского языка в аспекте речевого воздействия: дис. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2005. 180 с.
(Fisenko I.E. Communicemes of the russian language in the aspect of speech influence: dis. ... Candidate of Sciences (Philology), Rostov-on-Don, 2005, 180 p. — In Russ.)

PHRASEOLOGICAL EXPRESSIONS AS PRECEDENT PHENOMENA IN BRITISH MEDIA TEXTS

Irina V. Kurazhova

Ivanovo State University, Ivanovo, Russian Federation, stellina_@mail.ru

Abstract. This article is devoted to the analysis of lexical units that are iconic and recognizable by the majority of native speakers of a particular language, and are characterized by a stable and reproducible composition. The article examines precedent phenomena, as well as

phraseologisms that are part of the cognitive base of a linguistic personality as an implicit element. The article presents a view on the feasibility of including phraseological expressions in the list of precedent phenomena based on their similarities and differences. The research material consists of texts from contemporary English-language newspapers. The use of such lexical units in newspaper discourse adds an additional level of understanding, as they are part of previously perceived texts and evoke the recipient's past experiences. The article emphasizes the importance of understanding the specific features of ethnic linguistic consciousness for effective interaction between representatives of different linguistic and cultural groups. It is revealed that precedent phenomena reflect the values of the target culture.

Keywords: intercultural communication, linguistic personality, precedent phenomenon, phraseologism, newspaper discourse, national-linguistic worldview

For citation: Kurazhova I.V. Phraseological expressions as precedent phenomena in British media texts, *Ivanovo State University Bulletin, Series: Humanities*, 2026, iss. 1, pp. 56—61.

Статья поступила в редакцию 29.10.2025; одобрена после рецензирования 02.12.2025; принята к публикации 23.12.2025.

The article was submitted 29.10.2025; approved after reviewing 02.12.2025; accepted for publication 23.12.2025.

Информация об авторе / Information about the author

Куражова Ирина Владимировна — кандидат филологических наук, доцент кафедры зарубежной филологии, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, stellina_@mail.ru, SPIN: 6958-9115

Kurazhova Irina Vladimirovna — Candidate of Sciences (Philology), associate professor of the Department of Foreign Philology, Ivanovo State University, Ivanovo, Russian Federation, stellina_@mail.ru