

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Лихачёв Д.С. Поэтика художественного времени // Поэтика древнерусской литературы. Л., 1967.
2. Федосова Т.В. Основные принципы философии постмодернизма и их воплощение в художественном тексте // Мир науки, культуры, образования. 2010. № 3. С. 23-25.
3. Павич М. Пейзаж, нарисованный чаем: роман-кроссворд / пер. с серб. Н. Вагаповой, Р. Грецкой. СПб., 2016.
4. Павич М. Последняя любовь в Константинополе: Пособие по гаданию: роман / пер. с серб. Л. Савельевой. СПб., 2017.
5. Павич М. Хазарский словарь: Роман-лексикон в 1000 000 слов. Мужская версия / пер. с серб. Л. Савельевой. СПб., 2020.
6. Логунова Л.В. Время понятие или метафора? // Вест. Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2009. № 2 (6). С. 61-70.
7. Голубева Е.В. Колодцы как сакральный пространственный локус // Молодой ученый. 2009. № 10 (10). С.222-225.

СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СРЕДСТВ ЭКСПРЕССИВНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОНИМАХ

STYLISTIC ANALYSIS OF EXPRESSIVITY IN ENGLISH FILMONYMS

Е.Ф. Микулина

E.F. Mikulina

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

Belarusian State University

Minsk, Belarus

e-mail: lena-mikulina@mail.ru

В статье рассматриваются способы выражения экспрессивности в фильмонимах англоязычного кинодискурса. Выделено активное использование сленга, устойчивых выражений, окказионализмов, игры слов, усилительных частиц. Наряду с ними отмечено использование стилистических приемов, таких как ассонанс, аллитерация, перифраз, антитеза, использование эпитетов и метафор, что придает фильмонамам большую выразительность.

The article examines the ways of showing expressiveness in filmonyms of the English-language film discourse. The active use of slang, fixed expressions, occasionalisms, word play and intensifying particles is highlighted. Along with them, the use of stylistic devices, such as assonance, alliteration, paraphrase, antithesis, the use of epithets and metaphors, which gives greater expressiveness to filmonyms, is noted.

Ключевые слова: фильмоним; заголовок; кинодискурс; стилистический анализ; экспрессивность.

Keywords: filmonym; title; film discourse; stylistic analysis; expressivity.

Заголовки кинофильмов стали предметом исследований лингвистов только лишь к концу XX века, но благодаря стремительному развитию кинематографа, фильмонимы как особый жанр речевой коммуникации становятся перспективным направлением лингвистических исследований. Сегодня благодаря конкуренции на рынке кино кинематографическая индустрия выдвигает требования к оказанию максимального воздействия, в том числе манипулятивного, на потенциального зрителя за счет использования средств экспрессивности и особых аттрактивных стилистических лексических единиц и синтаксических структур в заголовках фильмов – фильмонимах. В данной статье в фокусе нашего внимания – наиболее популярные стилистические приемы, применяемые криэйторами – создателями фильмонимов – с целью оптимального выполнения кинозаголовком всех предусмотренных данным жанром функций: номинативной, информативной, рекламной.

Довольно часто средством экспрессивизации фильмонима выступает перифраз. **Перифраз** – «стилистический прием, заключающийся в описательном обозначении предметов и явлений действительности, при котором на первый план выдвигается какое-либо качество, сторона описываемого понятия, существенные для конкретного контекста или ситуации» [1, с. 371]. Данный прием способствует повышению аттрактивности заголовка благодаря импликации, предоставляя зрителю «загадку», которая раскрывается после знакомства с картиной. Использование перифраза повышает выразительность и уникальность фильмонима, а также его прогностический потенциал. Например, в случае заголовка *Empire of the Sun* 'Империя солнца', даже без знакомства с сюжетом ленты реципиент может верно предугадать, что автор имеет в виду Японию, так как характеристика этой восточной страны как страны восходящего солнца знакома большинству. Благодаря перифразу объекту приписываются характеристики, которые проливают свет на сюжет фильма, например, *City of Lies* – букв. 'Город лжи'. В данном детективном фильме повествуется о расследовании громкого убийства.

Окказионализмы как нестандартные, даже неожиданные, оригинальные номинативные единицы весьма активно присутствуют в словесной формулировке фильмонима. В силу привнесения ими в текст неологии и особой эстетики, окказионализмы, бесспорно, повышают привлекательность заголовка и акцентируют реализацию заголовком рекламной и прогностической функции. Например, в заголовке *The Imaginarium of Doctor Parnassus* 'Воображариум доктора Парнаса'okka-

зионализм *imaginarium*, передается на русский как ‘воображариум’ – мир грез и иллюзий, существующий в воображении доктора Парнаса. При этом в контексте сюжета кинофильма «воображариум» можно воспринимать как метафору эстетического удовлетворения, которое человек испытывает благодаря искусству.

В ходе анализа также было выявлено, что для повышения экспрессивности и прагматического воздействия авторы используют в формулировках кинозаголовков **устойчивые выражения**. Например, выражение *Next of Kin*, означающее ближайшего родственника, стало заглавием одноименной картины Джона Ирвина, главным героем которого является полицейский, расследующий смерть своего брата. *Flirting with Disaster* – фразеологизм, имеющий эквивалент в русском «Не будите спящую собаку». Подобное название комедии весьма органично сюжету ленты: в фильме речь идет о молодом отце, который пускается во все тяжкие, движимый навязчивой идеей отыскать свои биологические корни.

В формулировках фильмонимов могут присутствовать также и **термины**, например, психолого-педагогический термин *Arrested Development* ‘Задержка развития’. Наиболее интересным для анализа же оказался фильмоним *Fresh Horses* ‘Свежие лошади’. Этот термин используется для обозначения лошадей, которых всадники используют для замены тех лошадей, которые оказались «заезженными» в ходе длительного путешествия. Столь неожиданный заголовок фильм (вовсе не о лошадях) получил благодаря реплике одного из героев, который утверждал, что в отношениях пар «замена» девушки также необходима, как для всадника – замена уставшей лошади свежей лошадкой.

Достаточно часто используется в кинозаголовках **сленг**, что обусловлено ориентацией на определенную аудиторию. Тем самым автор пытается «говорить на одном и том же языке» со зрителями, привнося в заголовок элемент неформальности, неформатности и даже грубоватую экспрессивность, как, например, мы это наблюдаем в заголовке *Freaks and Geeks* ‘Чудики и чокнутые’. Данный фильм повествует о подростках, и целевая аудитория киноманов – молодежь. Зачастую наличие разговорных элементов прямо указывает на жанровую принадлежность произведения: наличие элементов устного общения характерно для комедийных фильмов: так, *Yoga Hosers* ‘Йоганутые’ – комедийный фильм ужасов, а жанр *The Cable Guy* ‘Кабельщик’ определяют как сатирическая комедия.

Интересным приемом является использование **игры слов**, как, например, в заголовке телесериала *Life's Too Short* ‘Жизнь так коротка’, в котором игра слов строится вокруг прилагательного *short*, так как главным героем этого произведения является парень очень маленького рос-

та. А на примере фильмонима *Orange County* ‘Страна чудаков’ можно проследить особенность игры слов на уровне паратекста: на афише изображены апельсины, что подчеркивает контекстуальную многозначность слова “Orange”, которое кроме того, что является топонимом «Ориндж» (город во Флориде), в первичной своей семантике как номинативная единица обозначает «апельсин».

Выбор лексических единиц, выражающих определенную эмоциональную коннотацию, также способствует экспрессивизации заголовка. Например, в фильмониме *There’s Something About Mary* ‘Все без ума от Мэри’ используется местоимение “something”, которое указывает на некоторую недосказанность, провоцирует интригу и тем самым повышает прагматический эффект фильмонима.

Усилительная частица “too” как инструмент повышения эмоционального напряжения (*Life’s Too Short* ‘Жизнь так коротка’ и *Too Young to Die* ‘Слишком молод, чтобы умереть’) также способствует усилению экспрессивности формулировки, подчеркивая и интенсифицируя семантику определения.

Использование стилистического приема *антитезы* не столь часто в фильмонимах, но однозначно способствует экспрессивизации заголовка: *Black and White* ‘Чёрное и белое’. Такое название выполняет прогностическую функцию, так как мы, прочитав его, предполагаем, что в фильме будет идти борьба двух начал, возможно, добра и зла. Данный пример наиболее интересен тем, что на афишах к данной киноленте слово *Black* написано белым цветом, а *White* – наоборот, черным. Как мы знаем, афиша и название дополняют друг друга, вступая с самим текстом (фильмом) в отношения паратекстуальности и, тем самым, оказывая более весомый эффект на зрителя. В примере выше, несмотря на лаконичность сомой формулировки, благодаря цветовому контрастному выделению название становится максимально интригующим.

Going to Pieces: The Rise and Fall of the Slasher Film ‘На куски: Рассвет и закат слэшеров’ – противопоставление взлета и падения в данном названии отражает сюжет документального фильма, предвещая наличие резких изменений, а именно, стадии угасания, пришедшей на смену бурному развитию.

Актуальность использования *эпитетов* для создания экспрессивности не подвергается сомнению, так как они обладают огромным потенциалом к приданию выразительности благодаря способности индивидуализировать явление и подчеркнуть его наиболее яркие свойства. В заголовке *Secret Window* ‘Тайное окно’ эпитет «секретное» интригует и способствует предугадыванию жанровой принадлежности киноленты. В данном случае зритель будет склонен предположить, что перед ним на-

звание детектива или триллера, и это правильная гипотеза. Следующий эпитет, содержащийся в фильмониме *Dark Shadows* – ‘Мрачные тени’ (2012), придает оттенок мистики, делая название пугающе-мистическим. Ожидания зрителя в этом случае оправданы только частично: фильм действительно содержит элементы хоррора, однако особенностью данного ремейка одноименной мыльной оперы 1966-1971 гг. является искаженное комедийное изображение всех элементов, присутствующих в фильмах о вампирах.

Мы также можем выделить группу фильмонимов, криэйторы которых использовали **метафорический потенциал лексем**: *Hooves of Fire* ‘Копыта огня’, *The Rum Diary* ‘Ромовый дневник’ *Taste of Hollywood* ‘Вкус Голливуда’.

Так, в заголовке *Blades of Glory* ‘Лезвия славы: звездуну на льду’ метафора описывает не только последствия популярности, но и служит отсылкой к главной теме фильма – фигурному катанию. *Heavy Weights* ‘Толстопузы’ в данном фильмониме метафора обозначает главных героев, как людей, страдающих лишним весом.

Еще один пример, выделенный в ходе нашего анализа – драма *Permanent Midnight* ‘Вечная полночь’, которая повествует о судьбе успешного сценариста, жизнь которого отравлена наркотиками. Заголовок, который содержит метафору, символизирует состояние героя.

Далее рассмотрим примеры фонетических особенностей, которые мы обнаружили при анализе фильмонимов. **Ассонанс** – повторение отдельных гласных звуков или их сочетаний, использующееся для фонетической выразительности речи: *Yoga Hosers* ‘Йоганутые’, *Into the Woods* ‘В темном-темном лесу’, *Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street* ‘Суини Тодд, демон-парикмахер с Флит’. В последнем примере присутствуют сразу четыре повтора идентичного гласного звука [i:], такая звукопись способствует ритмической организации заголовка.

Аллитерация – это схожий прием, основанный на выделении определенного согласного звука путем его повтора, например, *Highway to Hell* ‘Дорога в ад’.

Использование этих двух фонетических приемов одновременно имеет наибольшее влияние на ритмическую организацию заголовка, благодаря чему названия с данными тропами легче запомнить: *Freaks and Geeks* ‘Чудики и чокнутые’ – повтор сочетания гласного звука [i:] и консонанта [ks]. А в примере *Run Ronnie Run* ‘Беги, Ронни, беги’ благодаря использованию повтора слова “run” образуется рамочная конструкция, что одновременно акцентирует внимание зрителя на имени главного героя, как находящегося в центре рамочной конструкции, а

также повышает эмотивную нагрузку заголовка, чему способствует повтор глагола в повелительном наклонении.

Некоторые авторы дополнительно используют *графические способы выражения экспрессивности* для того, чтобы привлечь внимание зрителей к картине. Это могут быть **восклицательные предложения**, обладающие выделительным свойством: *Attack of the Show!* ‘Шоу атакует’, *Nobody Knows Anything!* ‘Никто ничего не знает’. Согласно В.А. Кухаренко, «восклицательный знак наиболее экспрессивен из всех имеющихся знаков препинания. В эмоционально-оценочном плане он указывает “восклицательность”, накал эмоций» [2, с. 327]. В результате использования восклицательных предложений удастся подчеркнуть значимость, выразительность отдельных деталей.

Путем использования **вопросительного знака**, как в фильмониме *Why him?* ‘Почему он?’, автор предлагает читателю тему для размышления, а, по мнению М.А. Улановой, именно вопросительный знак «запускает основной механизм ума – поиск информации для ответа» [3, с. 96]. Будучи аттрактантом внимания, вопросительный заголовок выражает функцию прогнозирования потенциальным зрителем содержания киноленты.

Выделенные экспрессивные средства относятся к разным уровням: фонетическому, лексическому и грамматическому, но поскольку они в своей взаимосвязи имеют одно и то же целевое назначение, то считаем рациональным их представление в виде полного списка всех инструментов реализации экспрессивности фильмонимов без дополнительного и лишнего группирования внутри этого списка.

Специфика многих англоязычных фильмонимов заключается в повышении экспрессивности формулировки путем использования одновременно нескольких их вышеперечисленных средств. При переводе фильмонимов полная эквивалентность возможно только в случае передачи всех средств экспрессивности оригинала в переводе, что, чаще всего, невозможно в силу несимметричности стилистических средств в разных языках, а также по причине однозначной неприемлемости буквализма в кинопереводе, в целом, и при передаче названий кинолент – в частности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Бельчиков, Ю. А. Перифраз (а) / Ю. А. Бельчиков // Русский язык: энциклопедия. М.: СЭ, 1979. – С. 203-208.
2. Кухаренко В. А. Интерпретация текста. Учебное пособие. Л.: Просвещение, 1978.
3. Уланова, М.А. Интернет-журналистика: Практическое руководство. М.: Аспект Пресс, 2017.