

М. В. Мишкевич

*Белорусский государственный экономический университет
Минск, Республика Беларусь
e-mail: michkevitch@gmail.com*

КЛАССИФИКАЦИЯ АНГЛО- И НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОНИМОВ ПО КОГНИТИВНО-СЕМАНТИЧЕСКОМУ ПРИЗНАКУ И ИХ КОНТЕКСТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Исследование посвящено анализу англоязычных и немецкоязычных названий кинофильмов (фильмонимов) в соотнесенности с их переводом на русский язык. Произведено распределение фильмонимов по когнитивно-семантическому признаку на шесть категорий; в таблицах представлены результаты их количественного сопоставления. Проанализировано соотношение смыслового названия и содержания кинофильма.

Ключевые слова: фильмоним; название; категория; фильм; англоязычный; немецкоязычный; имя; событие.

M. V. Mishkevich

*Belarus State Economic University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: michkevitch@gmail.com*

CLASSIFICATION OF FILM TITLES IN ENGLISH AND GERMAN ON A COGNITIVE-SEMANTIC BASIS AND THEIR CONCEPTUAL ANALYSIS

The study deals with the analysis of English and German film titles in relation to their translation into Russian. There was made a distribution of film titles on a cognitive-semantic basis into six categories. The tables present the results of their quantitative comparison. Analyzed is the correlation between the semantic title of a film and its content.

Key words: film title; title; category; film; English; German; name; event.

В современной лингвистике фильмонимы относят к разряду имен собственных, которые используются для обозначения названий кинофильмов и выполняют номинативную, информативную, рекламную, прогностическую и прагматическую функции.

Потребность в имени собственном возникает при наличии множества однотипных объектов, каждый из которых играет в жизни человека исключительно важную роль. Как мы указывали в своих ранних исследованиях [1], возникновение и существование имен собственных обусловлены не столько нуждами познавательной, логико-мыслительной деятельности, сколько необходимостью кратко и ясно очертить отдельный объект, вы-

делить его из массы однородных и придать ему четкие контуры. Наше настоящее исследование показывает, что это в полной мере относится и к фильмонимам.

В свое время мы предложили классификацию имен собственных на две группы: монореферентные имена и полиреферентные имена [2]. Для первых чаще всего характерна строго определенная соотнесенность с обозначаемым объектом, как в языке, так и речи. Вторая группа предполагает наличие множества референтов в языковой системе с одним и тем же именем, а прямая, непосредственно закрепленная соотнесенность свойственна им только в конкретной речевой ситуации, в речевом акте [2, с. 111]. В связи с этим мы полагаем, что будет оправданным относить фильмони́мы как обладающие всеми необходимыми признаками к группе полиреферентных имен собственных.

Специфический статус фильмонимов как полиреферентных знаков требует особого подхода к анализу их семантической составляющей и их переводу с позиций адекватности, эквивалентности, адаптации и некоторых иных параметров. Зритель начинает свое знакомство с кинофильмом с его названия, и сразу после этого может создать свое первое впечатление о киноленте. Следовательно, иногда зрительская аудитория выбирает фильм, отталкиваясь от привлекательности названия, и дальнейший успех или неуспех фильма в стране проката зависит, таким образом, в некоторой степени и от названия фильма. Название киноленты должно вызывать интерес у зрителя, передавать содержание и художественный замысел фильма и при этом быть ёмким и выразительным.

Лингвокультурный фактор играет также важную роль при выборе картины для просмотра, так как кинозритель пропускает сведения о фильме, полученные из названия, через призму своих личных особенностей и желаний. В этой связи от переводчика всегда требуется максимально качественное выполнение перевода фильмонимов: лишь при надлежащем учете важнейших лингвистических и экстралингвистических факторов переводчик сможет добиться успеха в кинопереводе.

Для нашего практического анализа в качестве материала исследования мы выбрали названия англоязычных и немецкоязычных кинофильмов разных жанров, находящихся в прокате в последние десять лет. Материал был отобран из электронных ресурсов (интернет-сайт *Кинопоиск*) методом сплошной выборки. Весь объем материала исследования составляет 200 фильмонимов: 100 англоязычных и 100 немецкоязычных фильмонимов с существующим переводом на русский язык.

Отталкиваясь от классификаций Л. Г. Бабенко и Ю. В. Казарина [3], а также с учетом предложений Ю. Н. Подымовой [4], мы распределяем все фильмони́мы по когнитивно-семантическому принципу на 6 категорий:

категория «человек», категория «событие», категория «пространство», категория «время», категория «предметы», смешанная категория. Хотя классификация Л. Г. Бабенко и Ю. В. Казарина была разработана для систематизации художественных заголовков, мы ее будем применять и для классификации названий фильмов, поскольку главные функции и особенности заголовков фильмонимов и художественных текстов во многом совпадают и имеют общие черты.

В соответствии с предложенной классификацией, в категорию «человек» мы помещаем фильмонимы, указывающие на главного героя или группу основных персонажей фильма: *Snow White and the Huntsman* – ‘Белоснежка и охотник’ (2012), *Paddington* – ‘Приключения Паддингтона’ (2014), *The Book Thief* – ‘Воровка книг’ (2013), *The Revenant* – ‘Выживший’ (2015).

Категория «время» включает фильмонимы, указывающие на время происходящих событий. Этим временем могут быть часы и минуты, время суток, дни недели, месяцы, годы, любой другой отрезок времени или дата важного исторического события: *Before Midnight* – ‘Перед полуночью’ (2013), *The Day After Tomorrow* – ‘Послезавтра’ (2004), *Zero Hour* – ‘Последний час’ (2013).

В категорию «пространство» входят фильмонимы, которые указывают место основных событий, демонстрируемых в фильме. Пространство может быть представлено как вымышленным топонимом, так и реальным местом: *Shutter Island* – ‘Остров проклятых’ (2010), *The Lake House* – ‘Дом у озера’ (2006), *The Village* – ‘Таинственный лес’ (2004), *Brokeback Mountain* – ‘Горбатая гора’ (2005).

Категорию «предметы» составляют фильмонимы, обозначающие знаковый или отличительный предмет, фигурирующий в фильме, ставший знаковым символом, вокруг которого может быть построен или завязан сюжет фильма: *The Notebook* – ‘Дневник памяти’ (2006), *The Gift* – ‘Подарок’ (2014), *Tangerine* – ‘Мандарин’ (2015), *Gold* – ‘Золото’ (2016).

В категорию «событие» попадают фильмонимы, указывающие на событие или происшествие, о котором пойдет речь в фильме и которое положило начало киноистории или легло в основу сюжета: *The Hangover* – ‘Мальчишник в Вегасе’ (2009), *The Hunger Games* – ‘Голодные игры’ (2012), *Jungle Cruise* – ‘Круиз по джунглям’ (2021), *The Trial of the Chicago* – ‘Суд над чикагской семеркой’ (2020), *Arrival* – ‘Прибытие’ (2016).

В смешанную группу фильмонимов входят такие названия, которые одновременно включают элементы не менее двух из описанных выше пяти категорий: *Last Night* – ‘Прошлой ночью в Нью-Йорке’ (2010) (*пространство+время*).

Основываясь на представленной классификации, проанализируем распределение 100 англо- и 100 немецкоязычных фильмонимов по указанным шести категориям. Это позволит выявить не только общие тенденции выбора названия, но и провести концептуальный анализ оснований выбора заголовка авторами - создателями кинолент.

Результаты процедуры распределения названий англоязычных и немецкоязычных кинолент по категориям представлены в таблице 1.

Таблица 1

Распределение английских и немецких фильмонимов по когнитивно-семантическому признаку (в абсолютных цифрах)

№	Категория	Количество английских фильмонимов	Количество немецких фильмонимов
1	человек	35	27
2	событие	21	26
3	предмет	18	17
4	пространство	7	7
5	время	7	3
6	смешанная группа	12	20
	<i>Всего</i>	100	100

Согласно результатам количественного анализа, обозначение человека, главного героя или основных действующих лиц в названиях кинофильмов, встречается чаще всего как в англоязычных, так и в немецкоязычных фильмонимах – 35 и 27 кинофильмов из 100 соответственно. Это объясняется намерением авторов фильмов привлечь внимание к личности героя, показать особую значимость персонажа в происходящих на экране событиях.

В структуру фильмонимов категории «человек» может входить имя собственное главного героя или главных действующих лиц: *Paddington*, *We're the Millers*, *Becoming Jane*, *Richard Jewell*, *Scott Pilgrim vs. The World*, *Jim Knopf und die Wilde 13*, *Der Fall Collini*, *Fassbinder*. Решение создателей кинофильмов включить в заголовки имена главных персонажей объясняется прагматичным стремлением придать фильму более реалистичный эффект или отослать к реально существующим/существовавшим героям, которые, вероятнее всего, будут известны широкой зрительской аудитории.

В отдельную подгруппу выделим также среди фильмонимов такие, которые не содержат точного имени героя киноленты, а определяют род занятий: *The Boss*, *The Man from U.N.C.L.E.*, *The Judge*, *My Spy*, *The King*, *The Book Thief*, *Der Nanny*, *4 Könige*, *Gespensterjäger*, *Der Koch*, *Der Hauptmann*.

Существуют названия, которые дают характеристику персонажа или его действиям, либо же иным способом указывают на его особенности. Примером такого подхода к обозначению героев являются фильмонимы *The Revenant, The Gentlemen, Eternals, Free Guy, Nobody, Glückskind, König des Comics, Meine teuflisch gute Freundin, Barbaren*.

Из этого мы можем сделать вывод, что создатели фильмов всегда стараются раскрыть смысл киноленты в названии, а также привлечь внимание потенциальных зрителей, уместя емкий и интригующий контекст в одну фразу. Кроме того, стоит отметить, что создатели фильмов, в большинстве своем, используют прагматическую направленность при обозначении фильма, именно поэтому чаще всего останавливаются на главном персонаже, указывая в окончательном наименовании кинофильма именно его.

Далее по частотности соотнесения следует категория «событие» – 21 англоязычный фильмоним и 26 немецкоязычных названий кинолент. Категория «событие» встречается в корпусе немецкоязычных фильмов практически так же часто, как и категория «человек».

Главное действующее лицо на экране всегда является основным участником каких-либо увлекательных событий, и в названиях фильмов достаточно часто встречаются обозначения приключений, в которые попадает персонаж: *Arrival, The Big Short, Christmas on Ice, The Hunger Games, Weihnachten für Einsteiger, Die vierte Macht, Mein Blind Date mit dem Leben*.

Названия категории «событие» могут передавать идею конкретной ситуации: *100 Days to Live, Er ist wieder da, Als der Weihnachtsmann vom Himmel fiel*, эмоционального состояния героев: *Knives Out, Need for Speed, Gott, du kannst ein Arsch sein, Kalte Füße*, их поступков: *Filth, Wrath of Man, Russendisko*, а также призыв к действию: *Shut Up and Play the Piano, Steig. Nicht. Aus!*.

Названия фильмов этой категории могут выражать параллельно и целеполагание фильма, и его моральную составляющую: например, *Love Hard, Da geht noch was!, Wie man leben soll*. Подобные названия, как мы установили, свойственны чаще всего фильмам мелодраматического жанра.

В категорию «предмет» попали 18 англоязычных фильмонимов и 17 немецкоязычных, однако, несмотря на почти одинаковое количество, данная категория является третьей по частотности среди англоязычных названий и четвёртой среди немецкоязычных. В кинофильмах, как и в жизни, человек уделяет большое значение предметам, это то, что нас окружает, то, что имеет для нас смысл. Предметы, как правило, воспринимаются зрителем как нечто существенное, материальное; и в киноинду-

стрии мы встречаем такие названия, как *Green Book*, *The Gift*, *Tangerine*, *Gold*, *Cortex*, *Matze*, *Kebab & Sauerkraut*, *Der goldene Handschuh*. Это объясняется тем, что такого рода слова мгновенно вызывают образы в сознании у зрителя и подогревают их интерес к картине.

Но стоит отметить также названия, имеющие абстрактный характер: *The King's Speech*, *Split*, *The Theory of Everything*, *Marriage Story*, *Der traumhafte Weg*, *Quellen des Lebens*, *Vaterfreuden*, *Tanzträume*.

Создатели кинофильмов, таким образом, создают больше возможностей для воображения зрительской аудитории. Поскольку заголовки подобного типа не дают полного освещения происходящего и содержат интригу, потенциальный кинозритель проявит несомненный интерес и желание посмотреть фильм.

Наиболее редко встречающимися категориями как среди англоязычных, так и среди немецкоязычных названий оказались «пространство» и «время». В категории «пространство» нами зафиксировано 7 англоязычных и 7 немецкоязычных фильмонимов; в категории «время» – 3 англоязычных и 7 немецкоязычных.

Категорию «пространство» условно можно разделить на группу, в которой указывается здание или помещение, например, *Escape Room*, *Heilstätten*; и группу, так или иначе связанную с обозначением местности: *Palm Springs*, *Hacksaw Ridge*, *In den Gängen*, *Feuchtgebiete*. Все они по своему производят впечатление на потенциального зрителя. Однако большее внимание приковывается к кинофильмам, которые содержат в своем названии загадочное, неоднозначное место действия, к примеру, такие как *Zootopia*, *Shutter Island*, *La La Land*, *Freies Land*, *Dem Horizont so nah*.

Что касается категории «время», название фильма может отражать день, месяц или год, когда произойдет какое-либо важное событие, описываемое в фильме, а также указывать на целый период времени или этап в жизни героя: *About Time*, *End of Watch*, *Last Night*, *Intime*, *The Edge of Seventeen*, *3096 Tage*, *Unsere wunderbaren Jahre*.

Не столь частое использование категорий «время» и «пространство» можно объяснить тем, что в одиночку им не всегда просто оказать влияние на зрителя, вызвать необходимые эмоции и передать достаточно информации для усиления интереса и создания интриги. Поэтому данные категории чаще встречаются в совокупности друг с другом или другими категориями.

Что касается смешанной группы, то она насчитывает 12 англоязычных фильмонимов и практически в два раза больше немецкоязычных – 21. Данная категория третья по частотности среди немецкоязычных фильмов и четвертая среди англоязычных фильмов (см. таблицу 1). Как правило, в

названиях сочетаются две категории: *The Voyage of Doctor Dolittle* (событие+человек), *Jungle Cruise* (пространство+событие), *The Wolf of Wall Street* (человек+пространство), *Last Night in Soho* (время+пространство), *Lassie –Eine abenteuerliche Reise* (человек+событие), *Timm Thaler oder Das verkaufte Lachen* (человек+предмет), *Als Hitler das rosa Kaninchen stahl* (человек+событие).

Достаточно распространённое использование фильмонимов, относящихся сразу к двум категориям, можно объяснить стремлением создателей передать больше основной информации и вызвать больший интерес у зрителей. При этом мы можем констатировать, что несмотря на принадлежность к двум категориям фильмоним остаётся лаконичным и сохраняет интригу.

Проанализировав представленные категории в англо- и немецкоязычных фильмонимах смешанной группы, мы получили результаты, представленные в таблице 2.

Таблица 2

Распределение английских и немецких фильмонимов по когнитивно-семантическому признаку в смешанной группе (в % от общего количества)

№	Категория	Доля английских фильмонимов	Доля немецких фильмонимов
1	человек+предмет	8	14
2	человек+событие	8	67
3	время+событие	8	5
4	пространство+время	17	-
5	пространство+событие	34	-
6	пространство+человек	25	-
7	предмет+пространство	-	14
	<i>Всего</i>	100	100

Таблица 2 показывает, что в смешанной группе немецкоязычных фильмонимов преобладает сочетание категорий «человек+событие». Это можно объяснить тем, что данное сочетание и есть основа практически для любого фильма: главный персонаж (группа персонажей) и приключения, в которые они попадают, или интересное событие, происходящее с ним (-и). Используя в названии категорию «человек» и категорию «событие», автор киноленты может передать всю основную информацию о содержании потенциальному зрителю, при этом в лаконичной и привлекательной форме.

Среди англоязычных фильмонимов наибольшее распространение имеет сочетание «пространство+событие», затем идёт сочетание «пространство+человек». Такие сочетания, несомненно, передают ключевую информацию, но при этом в большей мере сохраняют интригу для зрителя.

Важно отметить, что на 100 англоязычных фильмонимов было выявлено 17 случаев изменения категории названия при переводе на русский язык, например, *About Time* («время») – ‘Бойфренд из будущего’ («человек»), *Hacksaw Ridge* («место») – ‘По соображениям совести’ («событие»), *End of Watch* («время») – ‘Патруль’ («человек»), *The Hustle* («событие») – ‘Отпетые мошенницы’ («человек»). Такие же случаи наблюдаются и среди немецкоязычных фильмонимов. В общей сумме насчитывается 10 случаев перехода категории из одной в другую, как в следующих примерах: *Schlussmacher* («человек») – ‘Поможем расстаться’ («событие»), *Rubbeldiekatz* («событие») – ‘Влюблённая женщина’ («человек»), *Unheimlich perfekte Freunde* («человек») – ‘Волшебное зеркало’, или ‘Двойные неприятности’ («предмет+человек»).

Такие переходы названий из одних категорий в другие являются следствием выбранных переводчиками специальных способов и приемов перевода, которые могут быть рассмотрены в наших будущих исследованиях.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Мишкевич, М. В. К проблеме возникновения дифференциации имен собственных и имен нарицательных / М. В. Мишкевич // Методика обучения иностранным языкам. Романское и германское языкознание. – Минск : Выш. шк., 1989. – Вып. 4. – С. 86–88.
2. Мишкевич, М. В. Семантика имени собственного / М. В. Мишкевич // Методика обучения иностранным языкам. Романское и германское языкознание. – Минск : Выш. шк., 1988. – Вып. 3. – С. 110–114.
3. Бабенко, Л. Г. Лингвистический анализ художественного текста : учеб. пособие / Л. Г. Бабенко, Ю. В. Казарин. – М. : Флинта : Наука, 2005. – 496 с.
4. Подымова, Ю. Н. Названия фильмов в структурно-семантическом и функционально-прагматическом аспектах : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Ю. Н. Подымова ; Адыг. гос. ун-т. – Майкоп, 2006. – 28 с.