

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ

УДК 811

НОМИНАЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ В АСПЕКТЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ

Н.И. Акчурина, А.М. Мубаракишина
nelyaakchurina@yandex.ru, blondy010888@mail.ru

Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, Россия

Аннотация. История кино в сравнении с тысячелетней онтологией живописи, архитектуры, музыки или театра коротка. Кино – один из самых юных и в это же время самых популярных и массовых видов искусства. Естественно, что кино привлекает внимание многочисленных социологов, искусствоведов, эстетиков, лингвистов, теоретиков культуры – всех, кто интересуется проблемами художественного творчества и его интерпретации, динамики социальных настроений и т.д. Данное исследование посвящено особенностям номинации художественных фильмов мирового кинематографа 20-начала 21 века, как отражению социально значимых культурных концептов.

Ключевые слова: русский язык, номинация, лингвокультурология, кинематограф, художественный фильм.

Для цитирования: Акчурина Н.И., Мубаракишина А.М. Номинация художественных фильмов в аспекте лингвокультурологии // Казанский лингвистический журнал. 2018, том 1, № 4 (4). С. 52–60.

NOMINATION OF ART FILMS IN THE ASPECT OF LINGUOCULTUROLOGY

N.I. Akchurina, A.M. Mubarakshina
nelyaakchurina@yandex.ru, blondy010888@mail.ru

Kazan Federal University, Kazan, Russia

Abstract. The history of cinema in comparison with the thousand-year history of music, painting or theater is short. Cinema is one of the youngest and at the same time one of the most popular arts. Naturally, it attracted the attention of sociologists, aesthetics, art historians, cultural theorists, linguists – everyone who is interested in the problems of artistic creativity and its perception, the dynamics of public attitudes, etc. This study is devoted to the particular qualities

of the nomination of feature films of world cinema of the 20th and early 21st centuries, as a reflection of socially significant cultural concepts.

Keywords: Russian language, nomination, cultural linguistics, cinema, feature film.

For citation: Akchurina N.I., Mubarakshina A.M. Nomination of feature films in the aspect of linguoculturology // Kazan linguistic journal. 2019, Vol.1, No. 4 (4). Pp. 52–60.

В настоящий момент кинематограф – это одна из наиболее востребованных ипостасей нашей жизни. Безусловно, современное кино выступает как уникальный культурный феномен в силу своего стремительного масштабного распространения, успешного продвижения на растущем рынке кинопродукции и, как результат, огромного влияния на зрительскую аудиторию в глобальных масштабах. Учитывая данный факт, представляется целесообразным провести анализ лингвистических характеристик разнообразных по своей структуре и семантике наименований художественных фильмов в русском и зарубежном кинематографе.

На данный момент ономастика – это наиболее активно изучаемая область языкознания, что мотивировано безусловным занимательным потенциалом данной науки. Появляется все больше работ с упором на лингвокультурологический и антропологический аспекты, что «представляется естественно закономерным, поскольку именно в ономастиконе успешно кодируются более значимые и стабильно устойчивые социальные кванты» этнокультурологической и собственно лингвистической информации [1, с. 40]. Одним из значимых и «привлекательных» объектов ономастики сегодня можно считать названия фильмов (фильмонимов), запас которых пополняется практически ежедневно. Их изучение зачастую представляет собой рассмотрение особого разряда омонимов, наряду, например, с такими названиями, как именованья художественных произведений и заголовки газетных/журнальных статей. Анализ в данной работе базируется на выявлении характерных особенностей названий кинофильмов.

Стоит отметить, что номинативные комплексы, служащие наименованием разнообразных продуктов человеческой деятельности (художественных

произведений, фильмов, газет, журналов), стабильно возбуждают интерес у исследователей-лингвистов (Богуславская 2008; Васильева 2005; Веденева 2008; Дудникова 2011; Лазарева 1989; Орел 2009; Попов 1966; Подымова 2006; Сыров 2002; Турлова 2009), однако фильмонимы пока остаются в тени научных изысканий.

Актуальность темы обусловлена тем фактом, что наименование фильма можно считать достоверным ориентиром среди обширного потока продукции современной киноиндустрии, являясь, с одной стороны, квинтэссенцией авторского замысла, а, с другой, – названия фильмов объективно играют роль зоны пересечения разнообразных прагматических установок авторов кинофильмов, что отвечает на запросы современного общества.

Популярность фильма зачастую во многом определяется его заглавием, поскольку эффектным титулом намного легче привлечь внимание зрителя, чем характеристикой содержания какого-либо фильма или списком актеров-исполнителей. Исследования психологов демонстрируют данные, говорящие, что примерно восемьдесят процентов читателей журналов, газет и блогов уделяют внимание исключительно заглавиям. Аналогичная ситуация наблюдается и с кинокартинами. Зритель определяет по названию свое потенциальное отношение к фильму, определяет, стоит ли его смотреть.

По словам Петровой Н.Ю., название является своего рода залогом успеха, и его эффективное восприятие сразу сказывается на кассовых сборах [5]. Авторы стараются выбирать для своих работ емкие и броские названия, так как заголовок призван привлекать максимальное количество публики. Помимо этого, название фильма должно хотя бы приблизительно отражать содержание картины, которую оно резюмирует, и легко фиксироваться в сознании зрителя.

Известно, что при беглом первичном просмотре средний потребитель тратит на «знакомство» с материалом в среднем 1,5-2 секунды. Именно за это время человек определяет, представляет ли для него интерес заявленная тема. Это значит, что для выбора заголовка необходимо применять не только правила стилистики и орфографии, но и учитывать специальные

психологические приемы.

«Хотя термин *фильмоним* еще не получил широкого распространения в лингвистической науке (встречается в работе Е.В. Кныш, 1992), он вполне может занять свое полноправное место в системе ономастической терминологии, поскольку имеет своеобразную словообразовательную структуру, включающую в себя типовые форманты, где первый называет объект, а второй компонент оним означает «имя собственное» (ср. антропоним, зооним, топоним, мофоним, теоним, фитоним, эргоним и др.)» [6, с. 8].

Заглавие выполняет функцию первого намека на происходящее, выражает в лаконичной, концентрированной форме важную идею или тематику произведения. Понятие «заголовок» весьма незамысловатое. Например, Ожегов С.И. определяет заглавие как «название какого-либо произведения или отдельных его частей» [4].

Однако при всей кажущейся простоте, этот феномен имеет сложную структуру и выполняет важную функцию при создании и воплощении единства литературного или художественного произведения.

По мнению Тураевой З.Я., заголовок занимает так называемую сильную позицию, которая и привлекает внимание читателя в силу ее противопоставленности самому содержанию произведения. Заголовок особенно ясно иллюстрирует множественность интерпретаций, включение в семантическую структуру слова дополнительных значений, не входящих в основное смысловое ядро [7].

В лингвистическом плане заглавие является именем текста, в семиотическом плане – первым знаком текста. Заглавие сближается с именем собственным по своему знаковому статусу. Этот знак занимает позицию, которая вполне обоснованно считается сильной. Позиция «над текстом», в том числе над «кинотекстом», представляет заглавиям определенную самостоятельность, в результате которой заглавия могут быть рассмотрены как автономные языковые единицы. Но, с другой стороны, заглавие – полноправный компонент текста, вбирающий в себя его содержание, идейные

или жанровые особенности. Иными словами, заглавие – это нераскрытое содержание текста, которое образно можно представить как «закрученную пружину, раскрывающую свои возможности в процессе развертывания» [2, с. 133].

При анализе отобранных нами методом сплошной выборки наименований отечественных и зарубежных картин мы опирались на методологию, предложенную А.В. Ламзиной.

В основе классификации ученого-лингвиста лежит соотношение заголовка и традиционно вычленяемого компонента произведения, таких как: тематический состав и проблематика, сюжет, система персонажей, деталь, время и место действия или описания (хронотоп). Во всех подобного типа заглавиях могут встречаться конструкции с немного усложненной семантикой: это могут быть цитатные, символические, пословичные, метафорические, идиомные заглавия.

Вслед за Ламзиной А.В. мы выделяем следующую типологию отобранных нами заглавий:

1. Заглавия, которые передают ведущую тематику и проблематику, которые отображены автором в произведении. Интерпретация темы, заявленной в титуле произведения, имеет свойство существенно расширяться в процессе развертывания самого художественного текста, а сам заголовок приобретать символический подтекст (например, *Clockwork Orange* (Stanley Kubrick, 1971), *Овсянки* (Алексей Федорченко, 2010), *Chocolate* (Lasse Hallström, 2000), *Глаза* (Валентин Ховенко, 1992), *Тюльпан* (Сергей Дворцевой, 2008).

2. Заглавия, которые задают вектор сюжетных перспектив произведения. Такие условно можно классифицировать в две группы: представляющие весь сюжетный ряд (фабульные) и выделяющие важнейший с точки зрения развития действия момент (кульминационные) (например, *Иван Васильевич меняет профессию* (Леонид Гайдай, 1973), *I Killed My Lesbian Wife, Hung Her on a Meat Hook, and Now I Have a Three-Picture Deal at Disney* (Ben Affleck, 1993), *The Day after Tomorrow* (Roland Emmerich, 2004), *Географ глобус пропил*

(Александр Велединский, 2013).

3. Персональные заглавия, значительная часть которых – антропонимы. Они, как правило, сообщают о национальности, социальном, материальном статусе или родовой принадлежности главного героя (например, *Alien* Ridley Scott, 1979), *Liar, liar* (Tom Shadyac, 1997), *Статский советский* (Филипп Янковский, 2005), *Адмираль* (Андрей Кравчук, 2008), *Итальянец* (Андрей Кравчук, 2007).

В особую группу антропонимов можно выделить имена с «прозрачной» внутренней формой. Такого рода заголовки проецируют авторскую оценку еще заранее, до прочтения или просмотра произведения, формируют потенциальные представления о действующем или изображаемом характере (например, *Легенда № 17* (Николай Лебедев, 2012), *Высоцкий. Спасибо, что живой* (Петр Буслов, 2011), *Gandhi* (Richard Attenborough, 1982), *Passion of the Christ* (Mel Gibson, 2004). Зачастую такого рода наименования можно встретить в исторических фильмах.

4. Заглавия, обозначающие пространство и время (хронотоп). Кроме названий дней недели, времени суток, месяцев, время действия, может быть обозначено датой соотносимой с историческим событием (например, *На Дерибасовской хорошая погода, или На Брайтон-Бич опять идут дожди* (Леонид Гайдай, 1993), *В августе 44-го* (Михаил Пташук, 2001), *Питер FM* (Оксана Бычкова, 2006), *Дети понедельника* (Алла Сурикова, 1997), *Twilight* (Catherine Hardwicke, 2008), *2012* (Roland Emmerich, 2009). Место действия может быть обозначено в заглавии с разной степенью конкретности, реальным (*Брестская крепость* (Александр Котт, 2010), *Babel* (Alejandro González Iñárritu, 2006), *New York minutes* (Dennie Gordon, 2004) или вымышленным топонимом (*Страна глухих* (Валерий Тодоровский, 1998), *Silent Hill* (Christophe Gans, 2006), или же определено в самом общем виде. Выбор топонима автором обычно обусловлен общим замыслом произведения [3].

Совершенно другую классификацию предлагает Бабенко Л.Г. Она распределяет заглавия по когнитивно-тематическому принципу,

характерному для составления словарей - тезаурусов: например, заголовки распределяются по категориям «человек» *Настя* (Георгий Данелия, 1993), *Брат* (Алексей Балабанов, 1997), *Gandhi* (Richard Attenborough, 1982), «время» 1612 (Владимир Хотиненко, 2007), *В субботу* (Александр Миндадзе, 2011), *(The day after Tomorrow)* (Roland Emmerich, 2004), «пространство» *Я шагаю по Москве* (Георгий Данелия, 1963), *An American Haunting* (Courtney Solomon, 2006), «событие» *(Возвращение)* (Андрей Звягинцев, 2003), *The War of the Worlds* (Steven Spielberg, 2005), «предметы» *(Тюльпан)* (Сергей Дворцевой, 2008), *12 стульев* (Марк Захаров, 1976), *Chocolate* (Lasse Hallström, 2000). Категории «человек», «пространство» и «время» представляются в описанной классификации как универсальная триада, положенная в основу любого художественного текста, в т.ч. и заголовка.

В данной работе за основу взято отечественное и зарубежное игровое кино и рассмотрено, какие ключевые слова больше всего присутствуют в игровом кинематографе.

В ходе анализа было выявлено, что в игровом кино наиболее употребительны фильм-онимы с ключевыми словами «любовь» – 2437 фильмов, (ср. с «ненависть» – 93), «жизнь» – 2536, (ср. со «смерть» – 1363), «ночь» – 1671, (ср. с «день» – 1289), «мир» – 1370 (ср. с «война» – 96), «дом» – 1530, «приключение» – 1154, «игра» – 1128, «семья» – 1048 и т.д.

Таким образом, слова с положительной коннотацией более употребительны, чем слова с отрицательной оценкой. В независимости от культуры и этноса, к которой принадлежит человек, на первом плане выступают общечеловеческие, философские, общекультурные компоненты и слова. На наш взгляд, слова с положительной коннотацией лучше воспринимаются и отражаются в сознании и культуре разного народа.

Безусловно, название фильма непосредственно связано с его жанром. В зависимости от жанра и, возможно, сюжета выбирается название фильма. Поэтому, данное исследование не является полным и до конца изученным. Вследствие этого, многие вопросы будут иметь дальнейшее рассмотрение.

Литература

1. *Березович Е.Л.* Русская ономастика на современном этапе: критические заметки // Известия АН. Серия литературы и языка. 2001. Том 60. № 6. С. 34–46.
2. *Гальперин И.Р.* Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981. 140 с.
3. *Ламзина А.В.* Заглавие литературного произведения // Русская словесность. 1997. № 3. С.75–80.
4. *Ожегов С.И.* Толковый словарь русского языка. М: Просвещение, 1984.
5. *Петрова Н.Ю.* Названия английских драматургических произведений в когнитивной перспективе // Вопросы когнитивной лингвистики. 2009. № 3. С.35–41.
6. *Подымова Ю.Н.* Названия фильмов в структурно-семантическом и функционально-прагматическом аспекте: диссер. канд. филол. наук: Майкоп, 2006.167 с.
7. *Тураева З.Я.* Лингвистика текста. М: Просвещение, 1986.

References

1. Berezovich, E.L. (2001). *Russkaya onomastika na sovremennom etape: kriticheskiye zametki* [Russian onomastics at the present stage: critical notes] // Izvestiya AN. Seriya literatury i yazyka Vol. 60. № 6. Pp. 34–46. (In Russian)
2. Gal'perin, I.R. (1981). *Tekst kak ob'yekt lingvisticheskogo issledovaniya* [Text as an object of linguistic research]. M., 140 p. (In Russian)
3. Lamzina, A.V. (1997). *Zaglaviye literaturnogo proizvedeniya* [The title of the literary work] // *Russkaya slovesnost'*. № 3. Pp.75–80. (In Russian)
4. Ozhegov, S.I. (1984). *Tolkovyy slovar' russkogo yazyka* [Explanatory dictionary of the Russian language]. M: Prosveshcheniye. (In Russian)
5. Petrova, N.YU. (2009). *Nazvaniya angliyskikh dramaturgicheskikh proizvedeniy v kognitivnoy perspektive* [The titles of English dramatic works in the cognitive perspective] // *Voprosy kognitivnoy lingvistiki*. № 3. Pp.35–41. (In Russian)

6. Podymova, YU.N. (2006). *Nazvaniya fil'mov v strukturno-semanticheskom i funktsional'no-pragmaticheskom aspekte* [The titles of films in the structural-semantic and functional-pragmatic aspect]: disser. kand. filolol. nauk: Maykop, 167 p. (In Russian)

7. Turayeva, Z.YA. (1986). *Lingvistika teksta* [Linguistics of text]. M: Prosveshcheniye. (In Russian)

Авторы публикации

Акчурина Наиля Ибрагимовна – преподаватель кафедры европейских языков и культур Высшей школы иностранных языков и перевода Института международных отношений Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Казань, ул. Межлаука, д. 3.
E-mail: nelyaakchurina@yandex.ru

Мубаракишина Анастасия Михайловна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков для физико-математического направления и информационных технологий Высшей школы иностранных языков и перевода Института международных отношений Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Казань, ул. Межлаука, д. 3.
E-mail: blondy010888@mail.ru

Authors of the publication

Akchurina Nailya Ibragimovna – lecturer of the Department of European languages and cultures, Division of Translation Studies and World Cultural Heritage, Institute of International Relations of Kazan (Volga region) Federal University, Kazan, 3 Mezhlauka str.
E-mail: nelyaakchurina@yandex.ru

Mubarakshina Anastasiya Mikhailovna – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of foreign languages for Physics, Mathematics and Information Technologies, Institute of International Relations, Kazan (Volga region) Federal University, Mezhlauk str., 3, Kazan
E-mail: blondy010888@mail.ru

Поступила в редакцию 01.11.2018.

Принята к публикации 10.12.2018.