

2. Илюхина Н.А. Сценарная метонимия: механизм образования и некоторые разновидности // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2015. Т. 21. №11. С. 9-16.

3. Чернявская Н. А. Узуальная и окказиональная метонимия в детском дискурсе // Язык и социальная динамика. 2014. № 14-1. С. 79-84.

Alina A. Gaynutdinova

Samara National Research University

Features of occasional metonymy in the advertising text

Abstract. The article studies occasional (discursive) metonymy in advertising. The author reveals that occasionality of metonymy is determined by shifting the focus on unexpected aspects of a situation for consumer and intentionally violating lexical compatibility. The analysis of the phenomenon from positions of cognitive linguistics leads to the conclusion that there are regularities related to knowledge of denotations (object, subject and addressee of advertising texts).

Keywords: occasional (discursive) metonymy, advertising, slogan, cognitive linguistics, script metonymy.

УДК 81'44

Селезнева Ю.С.

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева*

ДИНАМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В СИСТЕМЕ НОМИНАЦИИ КИНОФИЛЬМОВ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И США

Аннотация. В работе рассматривается динамика структурно-синтаксических характеристик и семантических сдвигов англоязычных фильмонимов за последние 40 лет. Автор приходит к выводу об изменении качественно-количественного состава доминирующих структурных и семантических особенностей названий британских и американских кинолент в современном периоде по сравнению с последним двадцатилетием прошлого века.

Ключевые слова: фильмоним, малоформатный текст, семантическая трансформация, перевод, название кинофильма, синтаксис.

Специфика кинозаголовка состоит в том, что на первом этапе его интерпретации реализуется аттрактивная функция. Именно название способно привлечь потенциального зрителя к фильму или, наоборот, стать причиной отказа от его просмотра. Выбор англоязычных фильмонимов в качестве объекта исследования обусловлен значительной ролью киноиндустрии в массовой культуре и высокой долей присутствия британских и американских кинолент в российском прокате. Предметом исследования послужили структурно-семантические характеристики названий фильмов, динамика которых позволит понять логику их порождения, а следовательно, облегчит задачу их перевода.

Вопросы номинации фильмов на английском языке постоянно находятся в фокусе внимания лингвистов. Одно из наиболее подробных исследований номинативной парадигмы американских художественных фильмов принадлежит Е. В. Скворцовой, которая отмечает тенденцию к самостоятельной организации данной «упорядоченной системы языковых единиц, составляющие которой выполняют как функции аттракторов, так и маркеров, с помощью которых обеспечивается системная реализация прагмалингвистических свойств названий фильмов» [6, с. 18]. Помимо общих для всех заголовочных текстов номинативной (именования и идентификации), коммуникативной, информативной и эстетической функций, названия кинофильмов, по мнению Е. В. Скворцовой «выполняют функцию антиципации – «предвкушения события» [7, с. 205].

В отечественной лингвистике заглавия художественных произведений и фильмов рассматриваются как малоформатный текст, обладающий такими важными характеристиками, как отдельность, формальная и семантическая самодостаточность, определенность и завершенность [3, с. 36]. Англоязычные фильмонимы обладают не только номинативной функцией, которая является необходимой составляющей любого заглавия, но и информативной и интегративной функциями. Названия кинофильмов имеют собственные структурно-семантические характеристики, у которых, очевидно, есть тенденция к эволюции.

В рамках данной работы нами было исследовано 500 англоязычных кинозаголовков, отобранных методом сплошной выборки. Корпус выборки разделен на временных периода: первый период включает 80-е и 90-е годы прошлого века, второй период представлен двумя десятилетиями XXI века. Для анализа в равных пропорциях были отобраны заголовки наиболее популярных фильмов в жанрах драма, комедия, мультфильм, боевик, ужасы. Структурно-синтаксический анализ англоязычных фильмонимов показал, что наиболее часто фильмонимы выражены словом, словосочетанием, предложением, парцелированной конструкцией или изолированным придаточным предложением. Анализ подтвердил, что во всех временных периодах преобладают беспредикатные названия, что объясняется важностью рекламной функции фильмонимов, которая требует краткости в названии. Самой многочисленной группой является группа словосочетаний. Преобладающим способом во всех временных периодах США и Великобритании остается номинативное словосочетание (*The Crying Game*; *Small Faces*; *The Last Days of Pompeii*). Количественный анализ данных в рамках двух периодов показал, что структурно-синтаксические характеристики менялись на протяжении времени.

Наиболее яркая динамика изменений структуры фильмонимов прослеживается в случае с парцелляцией (*Arn: Tempelriddaren*; *KingArthur: Legend of the Sword*; *Omen III: The Final Conflict*; *Zombie: The Chronicles of Pain*). Если в нашей выборке, относящейся к XX веку, был зафиксирован всего один британский фильмоним, построенный на основе парцелляции, то в XXI веке их стало 10 единиц. Достаточно яркая динамика прослеживается в случае с британскими фильмонимами-словосочетаниями. В XXI веке их количество выросло на 13%. Интересным представляется такой тип названий, как изолированное придаточное предложение (*Where hands touch*; *When the Wind Blows*), использование которого вслед за британскими названиями фильмов проникает и в американские кинозаголовки. Такое автономное исполь-

зование зависимой предикативной единицы становится доступным благодаря широким возможностям конверсии в английском языке. Отсутствующие у таких конструкций семантические связи с главным предложением актуализируются за счет экстралингвистических данных, за счет визуального ряда трейлера или киноафиши, а в дальнейшем при просмотре собственно фильма.

Итак, проведенный анализ фильмонимов в структурно-синтаксическом аспекте позволяет сделать вывод о доминирующей роли словосочетаний в номинативной парадигме британских фильмонимов, а также о поступательном развитии специфических способов структурно-синтаксического воплощения, таких как парцелляция и изолированное придаточное предложение. Приведем результаты количественного анализа в следующих диаграммах.

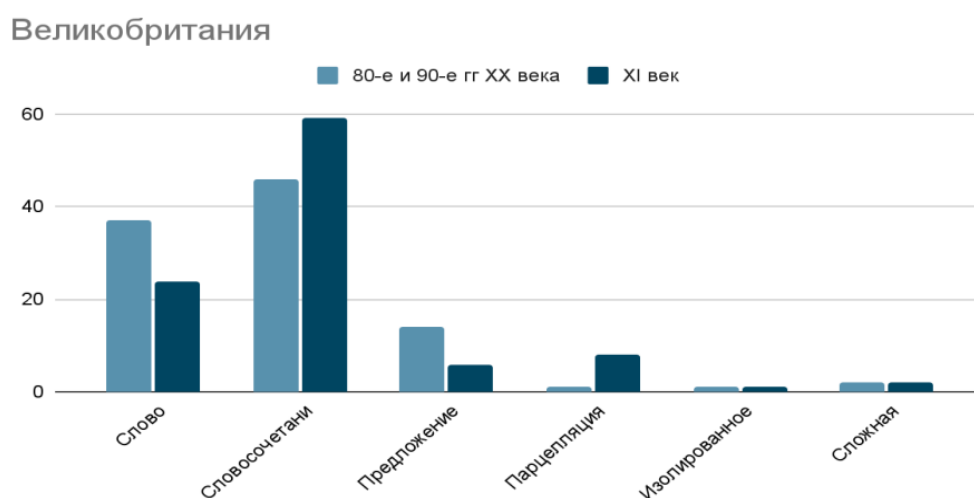


Диаграмма 1 – Динамика структурно-синтаксических характеристик британских фильмонимов

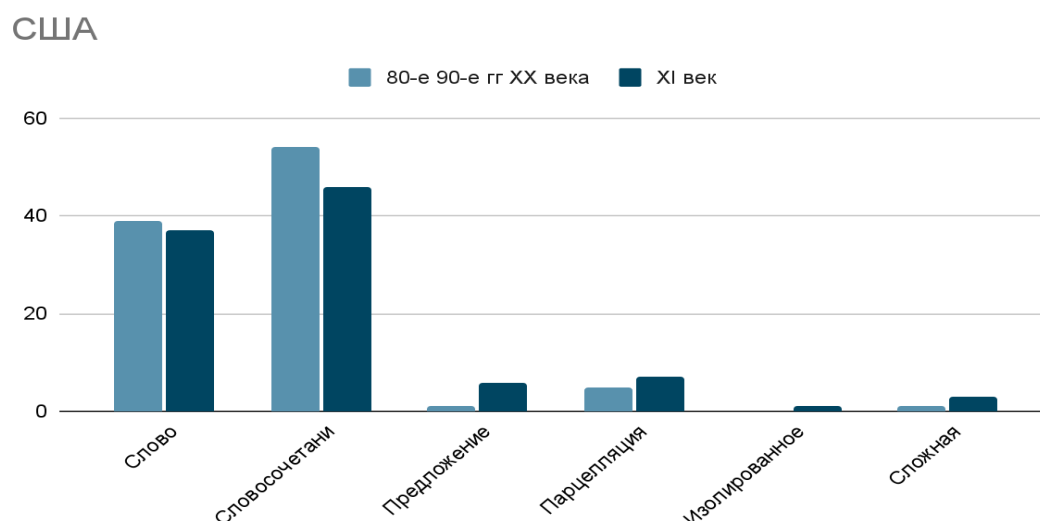


Диаграмма 2 – Динамика структурно-синтаксических характеристик американских фильмонимов

Исследуя семантические сдвиги в процессе перевода англоязычных названий на русский язык О. И. Александрова выделяет шесть групп, с общим смысловым центром, выделенным на основе когнитивно-тематического принципа: 1) названия, смысловым центром которых является «персонаж(и)», 2) названия, смысловым центром которых является «предмет», 3) названия, смысловым центром которых является «число», 4) названия, смысловым центром которых является «хронотоп», названия, 5) смысловым центром которых является «сюжетная линия», 6) названия, смысловым центром которых является «тема/идея» [2, с. 816]. Корректное отнесение кинозаголовка к определенной семантической группе обеспечивает адекватный перевод. Так, например название К-9 не просто относится к группе, смысловым центром которой является число, но в основу заложено созвучие со словом “canine”, так называется кинологический отдел полиции. При переводе на русский язык понадобилась актуализация данной информации, в результате чего появилась парцеллированная конструкция (К-9: Собачья работа). Наиболее распространенными группами среди американских фильмонимов были и остаются названия, включающие имена персонажей. В обоих периодах на их долю приходится почти половина всех случаев. Также распространена актуализация сюжетной линии в названии, на которую приходится около четверти выборки американских фильмонимов. Интересно, что в рамках группы, смысловым центром которой является сюжетная линия, в британских заголовках наблюдается идентичная ситуация. Однако в группе, в которой заголовок включает имя персонажа, наблюдается значительный скачок при сравнении двух периодов – с 30% до 48%, что, видимо, связано с копированием американской номинативной парадигмы фильмов.

Семантический анализ Великобритании

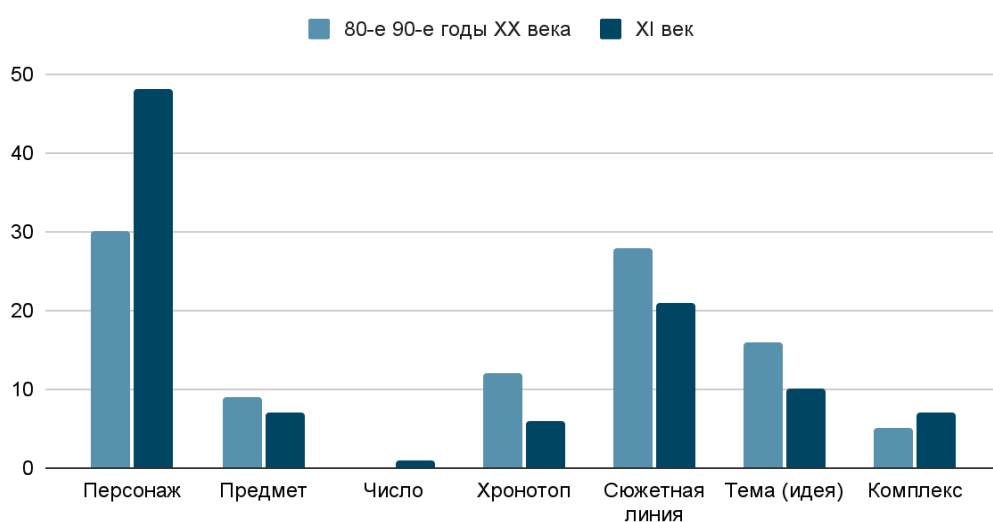


Диаграмма 3 – Динамика семантических характеристик британских фильмонимов

Семантический анализ США

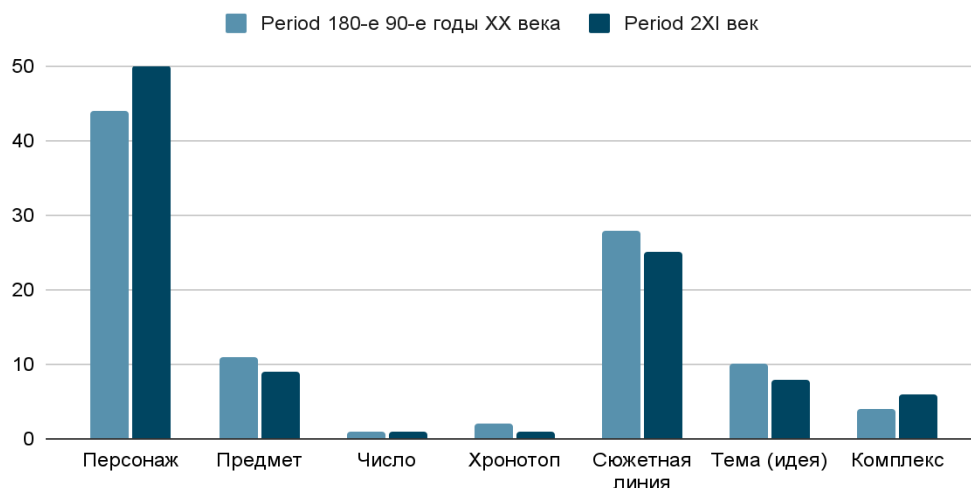


Диаграмма 4 – Динамика семантических характеристик американских фильмонимов

Приведенные выше диаграммы демонстрируют постепенное движение к двухчастной парцеллированной структуре, включающей два семантических компонента. Данное наблюдение является серьезным доводом в пользу взгляда на фильмоним как на малоформатный текст, поскольку здесь в рамках сжатой структуры уместается довольно значительный семантический объем, а также устанавливаются причинно-следственные связи между компонентами, актуализируются темпоральные и/или локальные характеристики событий.

Список литературы и источников

1. Александрова О. И. Семантическая трансформация названий кинофильмов, переведенных на русский язык // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2019. – С. 810-827.
2. Дудникова, М. С. Малоформатные тексты заглавий в современном англоязычном теледискурсе // Самар. нац. исслед. ун-т им. С. П. Королева (Самар. ун-т), Социал.-гуманитар. ин-т, Фак. филологии и журналистики. – 2019. – С. 32-46.
3. Скворцова Е. В. Динамика номинативной парадигмы американских художественных фильмов: автореф. дис. канд. филол. н. – Самара, 2011. – 23 с.
4. Скворцова Е. В. Прагмалингвистический потенциал малоформатных текстов названий американских кинофильмов // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. – 2011. – по 6(101). – С. 203-208.

Yulia S.Selezneva

Samara National Research University

Dynamic processes in the nomination system of British and American films

Abstract. The article considers the dynamics of structural-syntactic characteristics and semantic shifts in English-language filmonyms for the last 40 years. The author deduces about changes of qualitative and quantitative composition of dominant structural and semantic features of British and American films' titles at present in comparison with last two decades of the 20th century.

Key words: filmonym, minitext, semantic transformation, translation, movie title, syntax.