

*А. П. Иванова, О. В. Лаврова*

### **Языковые особенности тематической группы «фильмонимы»**

Статья посвящена тематической группе фильмонимов и раскрывает их синтаксические, стилистические, лексические и фразеологические особенности. Авторы рассматривают названия популярных российских художественных кинолент. На основе анализа 56 российских кинематографических названий выделен ряд специфических черт фильмонимов. В статье также уделяется внимание трудностям перевода фильмонимов на иностранный язык.

Ключевые слова: фильмоним, тематическая группа, русский язык, трудности перевода.

*Aleksandra P. Ivanova, Ol'ga V. Lavrova*

### **Linguistic features of the thematic group "film names"**

The article is devoted to the thematic group of film names and reveals their syntactic, stylistic, lexical and phraseological features. The authors consider the titles of popular Russian feature films. Based on the analysis of 56 Russian cinematographic titles, a number of specific features of film names have been identified. The article also focuses on the difficulties of translating film names into a foreign language.

Key words: film names, thematic group, Russian language, translation difficulties.

Природа языка представляет собой единство вербального средства общения и общественного сознания, то есть единство языка и национальной культуры. Функции языка могут быть сведены к следующим: *коммуникативная* – язык как средство передачи информации в процессе общения (однако эта коммуникация возможна только при условии, что у говорящего и слушающего одинаковые фоновые знания); *кумулятивная*, другими словами, *национальная*. Последняя функция заключается не только в передаче некоторого сообщения, но и в способности хранить информацию, поскольку любое общество – это продукт исторического развития, связующее звено поколений, коллективный опыт народа [8, с. 9–10]. Можно с уверенностью сказать, что фильмонимы (кинематографические названия) выполняют обе эти функции и

в настоящее время рассматриваются в одном ряду с литературными и художественно-изобразительными наименованиями.

Большинство названий популярных российских художественных кинолент несет определенную лингвокультурную информацию и является объектом лингвистических исследований, поскольку «все названия произведений выполняют одни и те же функции, а потому проблематика соотношения названия с текстом в произведениях разных направлений искусства также весьма схожа» [3, с. 75].

Ю.Н. Подымова полагает, что 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», предоставляет заглавиям некоторую самостоятельность [6, с. 13]. Исходя из этого фильм-имены могут быть рассмотрены как автономные языковые единицы. Однако нельзя забывать, что заглавие является частью текста и включает его содержание и особенности.

Очевидно, что название играет основополагающую роль в придании направленности понимания текста в силу того, что оно занимает «сильную позицию текста» [4, с. 26], имеет семантическое равенство «произведение – название» [5, с. 49].

Однако нужно отметить, что такие образные языковые средства, как метафора, эпитет, метонимия, оксюморон, перифраза и др. достаточно часто встречаются в названиях российских фильмов и вызывают трудности с их пониманием и, соответственно, эквивалентным переводом на иностранный язык, что обуславливает необходимость изучения фильм-именов как тематической группы лексических единиц и объясняет его актуальность.

Анализ 56 российских кинематографических названий, отобранных путем выборки из словаря Прохорова Ю.Е. «Россия. Большой лингвострановедческий словарь» [7], а также наименований современных российских кинолент из интернет-источников, позволил выделить ряд их специфических черт, поскольку особенности языка народа, а также его менталитет, несомненно, находят отражение в получившемся названии. Рассмотрим некоторые наиболее значимые синтаксические, стилистические, лексические и фразеологические особенности данной тематической группы.

1. Н.А. Фролова справедливо замечает, что грамматическая структура фильм-именов отличается своеобразием синтаксического построения, и здесь нельзя не заметить определённых тенденций: стремление к лаконичности обуславливает преимущественное использование односоставных предложений – как номинативных, именных, так и глагольных. Тенденции, присущие

разговорному синтаксису, в частности расчленённость синтаксических конструкций, находят отражение среди самостоятельных речевых единиц – названий кинофильмов [10, с. 19].

По грамматической структуре фильмони́мы можно разделить на три группы:

- названия-словоформы, представляющие собой одно знаменательное слово («Тренер», «Лед», «Ленинград», «Александр Невский», «Есенин», «Калашников», «Призрак» и др.);

- названия-словосочетания с сочинительным или подчинительным типом связи («Гостя из будущего», «Судьба человека», «Утомленные солнцем», «9 рота», «Битва за Севастополь», «Движение вверх» и др.);

- названия-предложения представлены повествовательными («Я люблю тебя», «Я не вернусь», «Пушкин: последняя дуэль»), восклицательными («Не спать!», «Москва, я люблю тебя!», «Ирония судьбы, или С лёгким паром!») и вопросительными («Кто, если не мы?», «Где живёт Надежда?», «Кто в доме хозяин?») предложениями.

Самой многочисленной является группа названий-словосочетаний, причем она представлена, в основном, сочетаниями с подчинительной связью. Это подтверждают исследования А.В. Антроповой. На втором месте – названия-словоформы. Названия-предложения не получили широкого распространения в России [1].

2. Фильмонимы – это категория, которая включает в себя рекламную функцию и функцию воздействия. Они отличаются предельно лаконичной структурой, несущей лексико-семантическую нагрузку, и обнаруживают черты, присущие заглавиям как самостоятельным речевым единицам. Стилистические особенности фильмони́мов обусловлены действием ярко выраженной рекламной функции, благодаря которой название привлекает внимание зрителя-иностранца, заинтересовывает его («Как я стал русским», («О чем говорят мужчины?»), «Будьте моим мужем», «Иди и смотри» и др.) [1]. Стилистически маркированными являются фильмони́мы, выразительность которых достигается с помощью языковых средств разных уровней («Не может быть!», «Адмирал»).

3. Активное использование фильмони́мов в средствах массовой информации свидетельствует не только о популярности названий кинофильмов, но и о том, что данные речевые единицы входят во фразеологический фонд русского языка («Ирония судьбы или с легким паром!», «Москва слезам не верит», «Сирота казанская», «Служебный роман», «На войне как на войне», «Добро пожаловать или посторонним вход воспрещен» и др.).

Таким образом, лексико-грамматическая и фразеологическая специфика названия кинофильма диктует уникальную знаковую природу этого разряда имен собственных: при восприятии названия, до просмотра фильма, название – это индексальный знак. Однако по мере просмотра индексальный знак превращается для зрителя в условный, а после просмотра название и вовсе приближается к мотивированному условному знаку. Перед фильмом название в функции условного знака лишь «намекает» на содержание фильма; после просмотра фильма название сообщает о его содержании, но и в том, и в другом случае название – это метаязыковой знак [6, с. 13].

Говоря о трудностях перевода названий кинолент, необходимо отметить, что традиции, выработанные переводчиками разных стран при переводе названий зарубежных художественных фильмов, поразительно различаются, что обусловлено культурологическими различиями и отношением народа к кинофильмам в целом.

Т.А. Старостина выделяет следующие популярные способы перевода названий художественных фильмов:

1) нейтрализация, т.е. перевод при котором используется нейтральная, неокрашенная лексика, лишаящая оригинальное название признаков чего-то чуждого. Благодаря нейтрализации зрители сталкиваются с названием, похожим на что-то свое, на общеизвестное, что не нуждается в каких-либо добавлениях и объяснениях;

2) интерпретация, т.е. способ перевода, который, опираясь на содержание фильма, предполагает его переименование. Новое, придуманное переводчиком название должно учитывать вкусы и мировоззрение зрителей и при этом сохранять в себе черты чего-то неизвестного, интригующего или вызывать у зрителей ассоциации, указывающие на жанр;

3) игры слов – словосочетания, у которых помимо прямого смысла есть другой, непосредственно связанный с ассоциациями, понятными лишь данному национально-культурному кругу. Людям, живущим в одной стране, что-то одно может быть понятно и вызывать у них смех, что-то другое – нет, так же как общими могут быть такие переживания и чувства, как страх, героизм, гордость и пр. [9, с. 3].

Бочарникова Н.В. отмечает, что одним из видов коммерческой адаптации при переводе названий художественных фильмов выступает дезориентирующий перевод – такой вид целенаправленного, манипулятивного языкового посредничества, результатом которого является ложное представление реципиента о жанровой, форматной, идеологической, стилистической, тональной, серийной и других характеристиках репрезентируемого произведе-

дения. Подобный перевод названий кинотекстов создаёт ложные представления, которые помогают более успешному распространению продукции, относительно следующих характеристик кинофильма: жанровой атрибутивности произведения и его включенности в серийный ряд. По мнению Н.В. Бочарниковой, названия таких произведений или достаточно нейтральны, или содержат лексемы, отражающие идеологические, морализаторские идеи [2].

Отметим также, что названия фильмов при переводе могут сознательно сокращаться в целях облегчения восприятия принимающей стороны. Так, когда известный петербургский аниматор Константин Бронзит привёз в Республику Корея (г. Сеул) свой знаменитый мультфильм «Алеша Попович и Тугарин Змей», на презентации он был представлен под названием «Алеша». Во-первых, очевидно, что массовая корейская аудитория не знакома с героями русских былин, поэтому их имена не несут для зрителей никакой смысловой нагрузки, во-вторых, очень длинное название фильма с труднопроизносимыми для иностранцев словами могло бы отпугнуть аудиторию.

Изучение проблем перевода названий художественных фильмов позволило сделать следующие выводы:

во-первых, популярными способами перевода названий художественных фильмов являются нейтрализация, интерпретация и игра слов. Также нередко медиахолдинги прибегают к дезориентирующему переводу – сознательно искажается представление о разных аспектах фильма, что делается в коммерческих целях;

во-вторых, трансформации при переводе фильмонимов обусловлены не только лингвистическими, но и экстралингвистическими факторами;

в-третьих, при взаимоотношении языка и культуры наиболее значимыми становятся единицы языка, которые, помимо языкового содержания, несут культурологическую информацию. К ним, безусловно, относятся фильмонимы.

Итак, фильмонимы как особая тематическая группа обладают специфическими языковыми и экстралингвистическими особенностями и требуют внимания лингвистов, переводчиков, специалистов по рекламе и т.д.

### Список литературы

1. Антропова А. В. Названия американских, английских и российских кинофильмов: сопоставительная характеристика и проблемы перевода: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008. 24 с.
2. Бочарникова Н. В. Дезориентирующий перевод названий кинотекстов как явление коммерческой адаптации // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 25(240). С. 32–38.

3. Исхакова И. В. Семантические и функциональные особенности заголовочных комплексов художественных текстов // Вестник Оренбургского государственного университета. 2010. № 11 (117). С. 75–81.
4. Кожина Н. А. Нечто большее, чем название // Русская речь. 1984. № 6. С. 26–32.
5. Кржижановский С. Д. Поэтика заглавий // Собрание сочинений: в 5 т. Т. 4. Поэтика заглавий. Философема о театре. Страны, которых нет. Фрагменты о Шекспире. Искусство эпитафия [Пушкин]. Драматургические приёмы Бернарда Шоу, 2006. 848 с.
6. Подымова Ю. Н. Названия фильмов в структурно-семантическом и функционально-прагматическом аспектах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Майкоп, 2006. 26 с.
7. Прохоров Ю. Е. Россия. Большой лингвострановедческий словарь. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2007. 736 с.
8. Сабитова З. К. Лингвокультурология: учебник. М.: Флинта, 2013. 524 с.
9. Старостина Т. А. Перевод названий художественных фильмов с английского языка на русский. М.: Московский государственный университет, 2010. 53 с.
10. Фролова Н. А. Фильмонимы как особый тип имен собственных в современном русском языке. Тамбов: Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, 2013. 33 с.

### References

1. Antropova, A. V. (2008) *Nazvaniya amerikanskih, anglijskih i rossijskih kinofil'mov: sopolstavitel'naya harakteristika i problemy perevoda: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Ekaterinburg, 24 pp. (In Russian).*
2. Bocharnikova, N. V. *Dezorientiruyushchij perevod nazvanij kinotekstov kak yavlenie kommercheskoj adaptacii // Vestnik CHelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. 2011. № 25(240). Pp. 32–38. (In Russian).*
3. Iskhakova, I. V. *Semanticheskie i funkcional'nye osobennosti zagolovochnyh kompleksov hudozhestvennyh tekstov // Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta. 2010. № 11 (117). Pp. 75–81. (In Russian).*
4. Kozhina, N. A. *Nechto bol'shee, chem nazvanie // Russkaya rech'. 1984. № 6. Pp. 26–32. (In Russian).*
5. Krzhizhanovskij, S. D. *Poetika zaglavij. Sbranie sochinenij v pyati tomah / T. 4. Poetika zaglavij. Filosofema o teatre. Strany, kotoryh net. Fragmenty o SHEkspire. Iskusstvo epigrafa [Pushkin]. Dramaturgicheskie priyomy Bernarda SHou. 2006. 848 pp. (In Russian).*
6. Podymova, YU. N. *Nazvaniya fil'mov v strukturno-semanticheskom i funkcional'no-pragmaticheskom aspektah: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Majkop, 2006. 26 pp. (In Russian).*
7. Prohorov, YU. E. (2007) *Rossiya. Bol'shoj lingvostranovedcheskij slovar'. M.: AST-PRESS KNIGA, 736 pp. (In Russian).*
8. Sabitova, Z. K. (2013) *Lingvokul'turologiya: uchebnik. M.: Flinta, 524 pp. (In Russian).*
9. Starostina, T. A. (2010) *Perevod nazvanij hudozhestvennyh fil'mov s anglijskogo yazyka na russkij. M.: Moskovskij gosudarstvennyj universitet, 53 pp. (In Russian).*
10. Frolova, N. A. (2013) *Fil'monimy kak osobyj tip imen sobstvennyh v sovremennom russkom yazyke. Tambov: Tambovskij gosudarstvennyj universitet im. G.R. Derzhavina, 33 pp. (In Russian).*