

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра романо-германской филологии и переводоведения

**СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ СВОЕОБРАЗИЕ
ФРАНЦУЗСКОГО КИНОЗАГОЛОВКА**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 402 группы
направления 44.03.01 «Педагогическое образование» (Французский язык)
Института филологии и журналистики
Лешкович Кристины Сергеевны

Научный руководитель

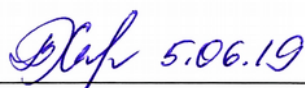
к.ф.н., доцент


_____ подпись, дата

Ю. Б. Фролова

Зав. кафедрой

к.ф.н., доцент


_____ подпись, дата

Т. В. Харламова

Саратов 2019

ВВЕДЕНИЕ

Настоящая работа посвящена анализу структуры и семантики французских кинозаголовков.

Кинозаголовки, как и заглавия литературных произведений являются ключом к их интерпретации: они как бы предваряют события фильма, опережают их, иногда даже раскрывают их смысл и значение. Можно сказать, что заглавие всегда занимает стилистически сильную позицию. Прежде чем остановить свой выбор на том или ином фильме, потенциальный зритель обращается, прежде всего, к его названию. Если заголовок заинтересовывает его, затрагивает его чувства и эмоции, возникает интерес и к самому фильму.

Изучение заглавий художественных и публицистических текстов положено в основу многих научных исследований, в то время как исследование кинозаголовков только начинает привлекать внимание ученых-лингвистов. Детальный анализ структуры и семантики названий французских кинофильмов, до настоящего момента, не был объектом пристального исследования, что и обусловило выбор темы данной дипломной работы, ее **актуальность и новизну.**

Объектом исследования являются кинозаголовки французских кинофильмов.

Предметом исследования являются структурная и семантическая составляющие французских кинозаголовков.

Целью данного исследования является анализ грамматической структуры и семантической составляющей названий французских кинофильмов.

Для реализации вышеуказанной цели были поставлены следующие **задачи:**

1. Выявить роль заголовка, определить его функции.

2. Рассмотреть классификации типов заголовков, предложенные разными исследователями.
3. Провести анализ грамматической структуры названий французских кинофильмов.
4. Выделить основные тематические группы кинозаголовков.
5. Определить взаимосвязь между тематикой фильма и его жанром.
6. Провести опрос среди студентов для установления причин привлекательности кинозаголовка.

Материалом нашего исследования послужили 240 оригинальных названий французских кинофильмов. Источниками стали два крупнейших Интернет-портала о кино: русскоязычный – [www. kinopoisk.ru](http://www.kinopoisk.ru) и франкоязычный – [www. allocine.fr](http://www.allocine.fr).

В настоящей работе были использованы следующие общенаучные **методы исследования**: метод наблюдения, обобщения (при изучении отечественной и зарубежной практики), метод анализа литературы и интерпретации материала исследования.

Композиционно работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Результаты и сами материалы исследования могут быть использованы в курсах теории и практики перевода, стилистики, страноведения.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Проблема заглавий, в широком смысле слова, в течение последних десятилетий привлекает все большее внимание исследователей. Особый интерес к нему объясняется уникальным положением заглавия по отношению к остальному материалу. Заголовок – это не просто название, а одна из доминирующих позиций любого речевого произведения, органическая часть того текста, который им озаглавлен.

Изучение заглавий художественных и публицистических текстов положено в основу многих научных исследований, в то время как исследование кинозаголовков только начинает привлекать внимание ученых-лингвистов. **Новизна** данной дипломной работы заключается в детальном анализе структуры и семантики названий французских кинофильмов и установлении возможной связи между жанром кинофильма и его названием.

Целью данного исследования является анализ грамматической структуры и семантической составляющей названий французских кинофильмов.

Объектом исследования являются названия франкоязычных кинофильмов.

Предметом исследования являются грамматические и семантические особенности оригинальных французских кинозаголовков.

Материалом нашего исследования послужили 240 оригинальных названий французских кинофильмов. Источниками стали два крупнейших Интернет-портала о кино: русскоязычный – www.kinopoisk.ru и франкоязычный – www.allocine.fr.

В настоящей работе были использованы следующие общенаучные **методы исследования**: метод наблюдения, обобщения (при изучении отечественной и зарубежной практики), метод анализа литературы и интерпретации материала исследования.

Структура работы. Композиционно работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. **Приложение 1** включает список 240 оригинальных кинозаголовков, распределенных по жанрам, которые были использованы в данной работе в качестве примеров. **Приложение 2** содержит опрос студентов на предмет установления аттрактивности кинозаголовка для зрителя. Работа снабжена диаграммами и таблицами.

Результаты и сами материалы исследования могут быть использованы

в курсах теории и практики перевода, стилистики, страноведения.

Список использованной литературы включает в себя 32 научных работы отечественных и зарубежных исследователей, ссылки на Интернет-ресурсы, а также лексикографические источники.

Апробация работы. Некоторые результаты исследования обсуждались в рамках Всероссийской научной конференции «Филология и журналистика в XXI веке» (Саратов, 2018 г.), а также ежегодной научно-практической конференции «Когнитивные и социокультурные аспекты изучения языка» (Саратов, 2017 г.).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Понятие заголовка весьма простое. Так, С. И. Ожегов определяет заглавие как «название какого-либо произведения или отдельных его частей». Однако при кажущейся простоте, заголовок играет важнейшую роль в создании единства произведения. Существует огромное количество определений заголовка, характеризующих его выразительность, простоту, краткость, содержательность.

Обратимся к наиболее полному, на наш взгляд, определению заголовка. Наталья Александровна Кожина определяет заглавие как «минимальную формальную конструкцию, представляющую и замыкающую художественное произведение как целое». «Заголовок – это номинативно-предикативная единица текста, которая находится в специальной функционально закреплённой позиции и служит одновременно именем художественного произведения и индивидуально-авторским высказыванием о нём».

Название художественного фильма представляет собой целостную единицу, связывающую когнитивную, эмоционально-ценностную и культурную составляющие произведения. Название формируется с опорой на фоновые знания автора и предполагаемые фоновые знания потенциального зрителя, сопровождается визуальным рядом, призвано раскрыть

многомерность авторского замысла, характеризуется сжатостью и выделенностью, выполняет номинативную, коммуникативную, информативную, эстетическую, аттрактивную и рекламную функции.

Заглавие будучи единицей, несущей образно-смысловую нагрузку, не является однородной в формальном плане. Большинство исследователей едины во мнении, что заголовок представляет собой предложение и выстраивают свои классификации на оппозиции простых и сложных предложений.

В нашей работе мы будем опираться на классификации, предложенные Б. И. Фоминых и Л. Г. Бабенко. Пристальное внимание к исследованию названий кинофильмов продемонстрировано в работах Ю. Н. Подымовой. Именно она в своей работе «Названия фильмов в структурно-семантическом и функционально-прагматическом аспектах» ввела в научный обиход термин «фильмоним», обозначающий заглавие кинозаголовка.

Среди названий франкоязычных кинофильмов в зависимости от состава названия мы выделили:

- I. Простые предложения.
- II. Сложные предложения.

В первую группу, к которой относятся простые предложения, мы включили:

- 1) односоставные именные предложения;
- 2) односоставные глагольные предложения;
- 3) двусоставные предложения.

Прокомментируем каждую из выделенных нами групп. Односоставные предложения именного типа представляют собой самую большую по численности группу (191 фильмоним). По своей структуре они могут состоять из одного знаменательного слова – это имена существительные в именительном падеже, например, «Le pianiste» - «Пианист», «Potiche» - «Отчаянная домохозяйка», «Patients» - «Пациенты». Эта подгруппа в количественном соотношении представлена 30 названиями. К

односоставным предложениям мы отнесли и названия, состоящие из имени собственного. Например, «Marie-Line», «Amanda», «Drôle de Félix». Эта подгруппа представлена в количестве 29 единиц. В роли главного члена односоставного предложения могут также выступать прилагательные и числительные. Интересно, что в нашем материале названия, состоящие из числительных, представлены в количестве 15 единиц. Например, «120 battements par minute», «Le serpent aux mille coupures» - «Змей с тысячей порезов», «11.6» - «11,6». Отметим, что больше всего подобные названия характерны для жанра триллера (девять фильмонимов). Группа названий, состоящих из прилагательных не велика по количеству, всего семь единиц. Надо отметить, что количество подобных названий в трех выбранных нами жанрах кинофильмов практически одинаково: в драмах – это два названия, в комедиях – три названия, в триллерах – два названия. Например, «Supercondriaque», «Intouchables», «Sauvage».

Номинативные предложения могут быть распространены:

1) дополнением: «Dialogue avec mon jardinier» - «Диалог с моим садовником», «L'odeur de la mandarine» - «Запах мандарина», «Un moment d'égarement» - «Этот неловкий момент». Эта подгруппа достаточно полно представлена в нашем материале – 37 фильмонимов. Отметим, что названия подобного рода более частотны в жанре драмы – 16 кинозаголовков, в то время как в жанре комедии и триллера их число превышает десять названий.

2) определением: «Un petit boulot» - «Киллер поневоле», «Mon idole» - «Как скажешь», «Les savates du bon Dieu» - «Ангелы Фреда».

Интересно, что в анализируемом нами материале встретились кинозаголовки на английском языке. Чаще всего они встречаются в жанре триллера: «Dogville» - «Догвилль», «Night Fare» - «Ночной тариф», «Switch» - «Подмена», «Made in France» - «Сделано во Франции». Также нам встретилось название на латинском языке «Mea culpa» - «Расплата». Отметим, что это лишь единичные случаи использования иностранных слов в номинации фильмонимов.

В нашем материале нам встретилось 12 конструкций, где главным членом выступает глагол.

По сравнению с односоставными предложениями двусоставные конструкции менее частотны, мы выделили 30 подобных единиц. Отметим, что конструкции подлежащее+сказуемое чаще встречаются в комедиях (18 фильмонимов), реже в драмах (девять фильмонимов) и еще реже в триллерах (три фильмонима).

Группа сложных предложений представлена в количестве семи единиц.

Для нашего исследования мы отобрали кинофильмы трех жанров – это комедии, драмы и триллеры. Мы проанализировали названия с точки зрения их семантики и выделили основные тематические группы для каждого жанра.

Во всех представленных жанрах нам встретились следующие тематические группы: Любовь/Чувства/Эмоции; Профессия/Вид деятельности; Время/Пространство; Предметы. Отметим, что группы Семья и Занятия, характерны лишь жанру комедии, лексика этой группы совершенно несвойственна триллерам и драмам. Лишь небольшая часть названий французских фильмов прозрачна и может быть отнесена к конкретному жанру. В своем подавляющем большинстве выбор названия связан с задумкой режиссера или строится на переносном значении слова.

Приведем несколько примеров. В названии фильма может фигурировать окказионализм, придуманный режиссером. Пример тому фильм «*Supercondriaque*» (в русском прокате «Любовь от всех болезней»). Во французском языке существует слово *hypocondriaque* – ипохондрик. Однако режиссеру, сценаристу, актеру и автору диалогов этой ленты Дени Буну показалось недостаточным просто рассказать историю чудака и ипохондрика Романа Фобера. Он не назвал свой фильм *hypocondriaque*, а по словообразовательной аналогии предложил *Supercondriaque*, желая видимо подчеркнуть степень озабоченности героя, вся жизнь которого сводится лишь к тому, чтобы выискивать у себя симптомы страшных, на деле не существующих, болезней.

Фильмы с именем собственным в названии могут быть говорящими, если речь идет об известных людях или исторических персонажах, известных вымышленных героях – «Dalida», «Gainsbourg (Vie héroïque)» - «Генсбур. Любовь хулигана», «Astérix & Obélix: mission Cléopâtre» - «Астерикс и Обеликс: миссия Клеопатра». Однако, обычные имена в названии кинофильма не дают представления ни о жанре, ни о теме киноленты. Фильм «San-Antonio» (2004) назван по имени главного персонажа храброго комиссара Сан-Антонио, который вместе со своим напарником должен обеспечить безопасность французского посла в Великобритании. Название не несет в себе большой объем информации: зритель не ожидает, во-первых, появления двух главных действующих лиц, а во-вторых, название изначально никак не наводит на размышления о роде деятельности киногероев.

Французские названия кинофильмов могут многозначно трактоваться, что скорее всего удваивает интерес зрителя и предвосхищает его ожидания.

Для того чтобы на практике проверить, какие кинозаголовки привлекают зрителя в большей степени и как название может влиять на желание человека посмотреть данный фильм, мы провели опрос среди студентов Института Филологии и Журналистики и Института Международных Отношений. Нами было опрошено 50 человек в возрасте от 18 до 23 лет, среди которых семь молодых людей и 43 девушки.

Для анкетирования мы отобрали десять оригинальных названий французских кинофильмов разных жанров (драма, комедия, триллер) и десять переведенных названий этих же фильмов. Интересно отметить разницу в выборе названия на французском языке и его перевода на русский язык. Один и тот же фильм, названный по-разному, вызывает противоречивые желания у опрошенных. Например, заглавие на французском языке «On va s'aimer» выбрали 32 человека, а переведенный на русский язык кинозаголовок «Любовь на стороне» выбрали 18 человек. Существует и обратная ситуация, когда один и тот же фильм с русским заглавием предпочитают смотреть больше, чем с заглавием на французском

языке. Например, фильм с французским заглавием «Supercondriaque» выбрали 17 человек, а с переведенным на русский язык заглавием «Любовь от всех болезней» выбрали 26 человек. Таким образом, несмотря на некие закономерности, все-таки выбор того или иного заглавия зрителем является довольно субъективным и во многом определяется человеческим фактором и рядом экстралингвистических причин.

ВЫВОДЫ:

1. Роль заголовка значительна в названиях как вообще любого произведения, так в частности и кинофильмов. Заголовок должен привлекать внимание зрителя, так как именно он даёт первое представление о кинофильме.
2. Заголовок должен быть ярким и выразительным, простым, но и содержательным, тем самым предупреждать о содержании. В конце увиденного кинофильма у зрителя должна сложиться полная картина произведения и понимание того, что название неразрывно связано с произведением и дополняет его.
3. Анализ грамматической структуры французских кинозаголовков показал, что при выборе названия режиссеры чаще всего обращаются к односоставным номинативным конструкциям. Это довольно закономерно, поскольку одной из основных функций заголовка является номинативная функция. Несмотря на то, что при назывании фильмов авторы прибегают к использованию двусоставных и сложных предложений, в подавляющем большинстве они стремятся к лаконичности.
4. Каждый жанр призван вызывать у зрителя определенные чувства, эмоции при просмотре фильма. Каждому жанру свойственна определенная лексика, находящая свое отражение в заглавии. Заглавия могут быть прозрачными и завуалированными в связи с чем для определения их тематической принадлежности необходимо опираться на контекст кинофильма.

5. Большой популярностью пользуются фильмы с непрозрачным заглавием, тем самым они привлекают внимание потенциального реципиента. Зрители предпочитают заглавие с загадкой, интригой и чаще всего при выборе кинофильма пытаются определить его жанр. Таким образом, взаимовлияние жанра кинофильма и выбора лексических средств заглавия становится вполне очевидным.
6. Кинозаголовки, как и заглавия литературных произведений, являются ключом к их интерпретации: они как бы предваряют события фильма, опережают их, иногда даже раскрывают их смысл и значение. Можно сказать, что заглавие всегда занимает стилистически сильную позицию. Прежде чем остановить свой выбор на том или ином фильме, потенциальный зритель обращается, прежде всего, к его названию. Если заголовок заинтересовывает его, затрагивает его чувства и эмоции, возникает интерес и к самому фильму.

