

**В. А. Дениховская**  
Минск, МГЛУ

## ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ КИНОДИСКУРСЕ

В статье рассматриваются особенности использования прагматически маркированных языковых средств в одном из наиболее популярных жанров современного кинодискурса – ситуативной комедии. В результате контекстуального и количественного анализа автором были выявлены наиболее и наименее часто используемые лексико-стилистические приемы, а также определены функции, которые они выполняют в исследуемом жанре англоязычного кинодискурса.

Кинематограф, несомненно, занял лидирующие позиции по степени влияния на аудиторию, оттеснив литературу. Передача художественной информации все чаще приобретает кинематографическую форму. Соответственно, произведения кинодискурса становятся объектом изучения целого ряда наук, в том числе и лингвистики. Кинодискурс интенсивно исследуется психологией, философией, социологией, семиотикой, теорией и практикой перевода. В лингвистике сложный язык кинофильма рассматривается в качестве особой разновидности текста. В научной литературе используются соотносительные термины *кинодискурс*, *кинотекст*, *кинодиалог*. Термин *кинодискурс* выступает самым емким понятием в этом ряду.

Вопрос о соотношении текста и дискурса всегда являлся спорным. Неоспоримо лишь одно: текст и дискурс – это смежные понятия. Как показывает обзор научной литературы, большинство определений дискурса дается через текст: «Дискурс – это текст». В лингвистике традиционно термином *текст* обозначают не только зафиксированный либо записанный текст, но и любое кем-то созданное «речевое произведение» любой протяженности – от однословной реплики до целого рассказа, поэмы или книги. Текст является законченным фиксированным сообщением.

Текст может быть выражен как в устной, так и в письменной форме. К его особенностям можно отнести цельность и связность. Согласно с утверждением Т. ван Дейка, текст представляет собой целостный и законченный по форме и содержанию образец речевой коммуникации носителей языка [1].

Дискурс – это последовательность предложений, связная речь (устная или письменная), которая выходит за рамки единичного предложения и является культурно обусловленной. Под дискурсом понимается когнитивный процесс, связанный с реальным речепроизводством, т.е. текста, который предстает в качестве конечного результата речевой деятельности, выливающегося в определенную законченную и зафиксированную форму. Дискурс – это речь, «погруженная в жизнь» [2].

XXI век – это эпоха, когда форма становится превыше содержания. Способы выражения идеи зачастую выше, чем сама идея. Именно в этом аспекте большую роль играют языковые средства, которые авторы используют для создания образности в своих произведениях.

Стилистические средства и приемы, являясь одним из эффективных языковых способов формирования образа героя в кинематографе, обладают способностью к созданию емкой характеристики за счет наличия широкой семантической вариативности. Известно, что стилистические средства играют очень важную роль как в создании художественного образа героев, так и в более полном раскрытии образа автора в художественном тексте, своеобразия его картины мира.

Стремление донести до адресата не только денотативное содержание ситуации, но также сопровождающие ее эмоционально-оценочные характеристики побуждает автора использовать в речемыслительной деятельности (т.е. тексте) языковые средства, которые наиболее адекватно соответствуют поставленной цели.

Актуальность исследования определяется необходимостью теоретического осмысления англоязычного художественного кинодискурса и практики его перевода, изучения стилистического влияния на кинотекст и создания образности языковых средств. Оно актуально не только в силу большой распространенности данного явления, но также учитывая его важность для отражения окружающей действительности в языке и речи.

Цель настоящего исследования – показать механизм функционирования стилистических средств и приемов, участвующих в конструировании образов героев в кинотексте сериала. Поставленная цель достигалась путем изучения стилистических средств, используемых в кинотексте; рассмотрения вопроса

передачи образа киногероя стилистическими средствами в современных исследованиях; сопоставления языковых средства образности, частотности их использования в телесериале; проведения анализа кинофраз сериала и установлении, какими именно средствами осуществляется построение образов героев, а также их роли в актуализации определенных качеств и черт характера персонажей.

Научная новизна обосновывается определением потенциала стилистических средств и приемов при конструировании образов в современном англоязычном кинотексте.

На каждом этапе развития средств экранной выразительности можно наблюдать доминирование тех или иных стилистических приемов, и чаще всего это является следствием творческого использования новой техники и новых технологий создания аудиовизуального продукта, освоения специфических средств выразительности, присущих лишь экранному искусству.

Материалом исследования послужили языковые средства создания образности, использованные в сериале «How I Met Your Mother». В работе применялись методы контекстуального, структурно-семантического анализа, прием количественного подсчета. На основе анализа было выявлено значительное количество средств создания образности (более 80 номинаций). Выразительные средства в диалогах выполняют разные функции, основная из которых – оживление речи. В представленной ниже таблице приводятся результаты количественного анализа употребительности лексико-стилистических средств в отобранном материале.

Частотность употребления лексико-стилистических средств  
в англоязычной ситуативной комедии

Выразительные средства	Частотность употребления, %
Аллюзия	1,25
Антономазия	6,25
Гипербола	11,25
Идиомы	2,5
Ирония	7,5
Каламбур	1,25
Метафора	26,25
Оксюморон	1,25
Перифраз	3,75
Словообразование	1,25
Сравнение	13,75
Эвфемизм	1,25
Эпитет	20

Установлено, что самым распространенным средством в сериале является метафора (26,25 % от общего числа проанализированных средств). Это обусловлено тем, что именно метафора показывает характер персонажа,

раскрывая внутренний мир героя, передает образ персонажа интереснее и легче, чем большинство других техник. Она представляет собой доминирующую основу в построении образа, так как наиболее полно отображает характер и взгляд на мир героев.

Метафора не только усиливает зримость и наглядность изображаемого, но и передает неповторимость, индивидуальность предметов или явлений, проявляя при этом глубину и характер собственного ассоциативно-образного мышления, видения мира, меру таланта. Например, один из главных героев, Тед, немного занудный. С первой серий он решает, что пора завести семью. Это привело к множеству неудачных отношений. Следующая метафора раскрывает его очередную неудачную попытку понравиться девушке, в которую он влюблен: *I'm going to be a mushroom cloud of casual.*

Робин – юная девушка, приехавшая в Нью-Йорк из Канады и мечтающая стать всемирно известной журналисткой. Ее цель – посвятить себя только карьере, поэтому знакомства с молодыми людьми ее мало интересуют: *Oh, please, I'm so sick of the meat market scene.*

Барни – лучший друг Теда, который постоянно пытается ему помочь советами, как построить отношения с девушками. В данной метафоре раскрывается герой как «человек, любящий посумасшествовать, а потом сесть и посмотреть, что из этого получилось»: *Ted, you've been living your whole life in a seat belt, it's time to unclick.*

Наименее частотные выражения, встретившиеся в кинофильме, – аллюзия и оксюморон. Это объясняется тем, что для дешифровки аллюзии часто требуются глубокие знания исторического и культурного контекста конкретного региона или всего мира. Комедийные сериалы по своей прагматике направлены скорее на развлечение аудитории, а не на ее образование. В силу этого данное лексико-стилистическое средство является наименее частотным. Исключения составляют такие выражения, как, например, *The roof is on fire!*, которое является общеизвестным и стало частью культуры или разговорной речи.

Оксюморон же обладает очень высокой степенью выразительности, что достигается путем сопоставления несопоставимого. Данный эффект более характерен художественному дискурсу, в том числе и в рамках художественных фильмов. Ситуативная комедия как жанр воссоздает ситуации из повседневной жизни. Следовательно, часто используемые оксюмороны выбивались бы из общей стилистической картины исследуемого жанра: *That's great, Ted – you'll be the most casual stalker ever.* В данном контексте оксюморон подчеркивает противоречивое психологическое состояние, выраженное в предельно лаконичной форме.

Средства речевой выразительности делают речь наглядной, так как воздействуют не только понятийно, но и образно, т.е. дают зрительную, слуховую информацию. Эмоциональная, экспрессивная речь воспринимается быстрее, находит более глубокий эмоциональный отклик, вызывает сопереживание и лучше сохраняется в памяти.

Эпитеты усиливают выразительность, образность языка произведения, придают художественную, поэтическую яркость речи, обогащают содержание высказывания, выделяют характерную черту или качество предмета, или явления, подчеркивают его индивидуальный признак; создают живое представление о предмете. Они оценивают предмет или явление, вызывают определенное эмоциональное отношение и помогают увидеть авторское отношение к окружающему миру. В следующем примере эпитет способствует усилению выразительности, а также придает яркость высказыванию: *You were telling this story in **excruciating** details.*

Сравнение же помогает более точно представить предмет или явление, увидеть в предмете новые, скрытые стороны, придавая описанию особую наглядность: *Dating you is like winning the lottery? Guys are like the subway. You miss one, another one comes along in 5 minutes.*

Использование гиперболы позволяет путем преувеличения резко усиливать выразительность изображаемого, придавать мыслям необычную форму и яркую эмоциональную окраску, оценочность, эмоциональную убедительность. Она может также использоваться как средство создания комических образов: *As I walked up to that door, **a million thoughts** raced through my mind. That night Marshall had a **ton of studying** to do.*

Антономазия является разновидностью метонимии и предполагает, что настоящее название или имя заменяется словом либо выражением, обозначающим часть, важную особенность предмета или указывающим на его отношение к чему-либо еще. Она проявляется также в использовании имени собственного в качестве нарицательного: *I get recognized one time and I start thinking I'm **Julia Roberts**.* Имя актрисы употребляется в данном контексте в качестве имени нарицательного, указывая на известность и общую узнаваемость личности. В следующем предложении антономазия используется в качестве выражения, обозначающего деятельность данного человека: *Ah, **coat wench**, do not uncheck that man's jacket!*

Проанализированный материал показывает, что образные средства языка оживляют речь в кинофильме. Разнообразие приемов словесного выражения, усиление экспрессивности, сопровождающей даже простейшую тему, при одновременной общепонятности служат одним из принципов составления диалогов в фильме. Также стоит заметить, что при неумелом употреблении средств речевой выразительности могут возникнуть стилистические ошибки, которые приведут к искажению и потере смысла.

Как свидетельствуют результаты исследования, стилистические средства в кинотексте обладают огромным потенциалом для конструирования образа киногероя. Прежде всего, это зависит от их информационной емкости, которая нередко подкрепляется невербальным фоном. Нередко в одной и той же кинофразе встречаются различные сочетания стилистических средств, поскольку определенный регламент не всегда дает достаточно времени для передачи основного мотива.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: пер. с англ. / сост. В. В. Петрова; под ред. В. И. Герасимова; вступ. ст. Ю. Н. Караулова и В. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
2. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М. : Большая Рос. энцикл., 1998. – С. 136–137.

The article deals with the language means of creating imagery in the film discourse. The results elucidate the capacity of corresponding lexical units to add some logical, emotive and expressive information to the utterance.