

Тюрин Павел Михайлович, Ли Мулинь

ОСОБЕННОСТИ РЕНОМИНАЦИИ ЗАРУБЕЖНЫХ КИНОФИЛЬМОВ И СЕРИАЛОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ "ВКОНТАКТЕ")

Статья посвящена анализу языковых особенностей реноминации зарубежных кинофильмов и сериалов в социальной сети "ВКонтакте". В работе уточнено понятие реноминации и выделены типы вторичных названий кинофильмов и сериалов в зависимости от особенностей использования средств разных уровней языковой системы и от содержания кинофильмов и сериалов, описаны приемы языковой игры при реноминации. Дана краткая характеристика виртуальной языковой личности с учетом результатов анализа языкового материала.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/9-2/42.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 9(75): в 2-х ч. Ч. 2. С. 158-161. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/9-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

23. Сыроваткин С. Н. Система дифференциальных признаков для описания одного типа межфразовых отношений // Лингвистика текста: мат-лы науч. конференции: в 2-х ч. / Московский государственный педагогический институт иностранных языков имени Мориса Тореза. М., 1974. Ч. II. С. 90-97.
24. Филлмор Ч. Основные проблемы лексической семантики // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Радуга, 1983. Вып. 12. С. 84-119.
25. Чейф У. Память и вербализация прошлого опыта // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Радуга, 1982. Вып. 12. С. 35-72.
26. Чернышова Т. В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России. Барнаул: Либроком, 2013. 294 с.
27. Шкловский В. Б. Тетива: о несходстве сходного. М.: Советский писатель, 1970. 376 с.
28. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов: Колледж, 1997. Вып. № 1. С. 66-87.
29. Щур Г. С., Мальченко А. А. К вопросу о соотношении типов и средств текстуальной связи // Лингвистика текста: мат-лы науч. конференции: в 2-х ч. / Московский государственный педагогический институт иностранных языков имени Мориса Тореза. М., 1974. Ч. II. С. 205-209.
30. Fowler A. Genre // International Encyclopedia of Communication / ed. by E. Barnouw et al. N. Y., 1989. Vol. 2. 145 p.

ON THE SPECIFICITY OF LANGUAGE, STYLE AND GENRE OF SM-TEXT AS A TOOL OF SOCIAL MARKETING IN LEGAL EDUCATION

Trofimova Galina Nikolaevna, Doctor in Philology, Professor
Chesnokova Natal'ya Ivanovna
Peoples' Friendship University of Russia, Moscow
gnt@mail.ru

The article provides an overview of current researches in the field of media linguistics and genres studies, on the basis of which the leading stylistic, genre and language peculiarities of social and marketing texts in the field of legal education are further considered. The authors conclude that in the educational activity in the field of law a new type of media text is clearly formed – SM-text (social and marketing text), with its original genre and stylistic dominants, media formants and linguistic means.

Key words and phrases: social and marketing text; SM-text; social marketing; genre; style; language.

УДК 81-25

Статья посвящена анализу языковых особенностей реноминации зарубежных кинофильмов и сериалов в социальной сети «ВКонтакте». В работе уточнено понятие реноминации и выделены типы вторичных названий кинофильмов и сериалов в зависимости от особенностей использования средств разных уровней языковой системы и от содержания кинофильмов и сериалов, описаны приемы языковой игры при реноминации. Дана краткая характеристика виртуальной языковой личности с учетом результатов анализа языкового материала.

Ключевые слова и фразы: официальная реноминация; неофициальная реноминация; социальная сеть «ВКонтакте»; интернет-коммуникация; языковая игра; зарубежные кинофильмы и сериалы.

Тюрин Павел Михайлович, к. филол. н.

Ли Мулинь

Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток
turin2010@mail.ru; 1103171771@qq.com

ОСОБЕННОСТИ РЕНОМИНАЦИИ ЗАРУБЕЖНЫХ КИНОФИЛЬМОВ И СЕРИАЛОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»)

В современном мире интернет-общение – это одно из самых популярных средство коммуникации. Оно содержит громадное разнообразие речевых практик, способов и форматов коммуникации. В результате этого возникла новая форма языкового взаимодействия – письменная разговорная речь, для которой характерно пополнение новой лексикой за счет лексических заимствований, расширяющих словарный состав; нетипичное для языка в целом словообразование; специфическое использование морфем, свойственных в основном разговорной речи; отклонение от синтаксических норм литературного языка и т.д. [9; 15]. Именно такая речь является объектом пристального внимания современной лингвистической науки, однако пока ее изучение еще очень далеко от завершения, особенно в свете появления в данной области все новых и новых тенденций, обусловленных бурным развитием техники и технологий передачи информации. В этой связи социальная сеть «ВКонтакте» как одна из крупнейших социальных сетей в мире представляет огромный интерес для исследования интернет-дискурса, т.к. характеризуется широким использованием самых разнообразных языковых средств, функционирующих именно в интернет-коммуникации. Данная работа посвящена исследованию особенностей присвоения новых (неофициальных) названий зарубежным кинофильмам и сериалам в социальной сети «ВКонтакте». Этот процесс в ходе работы был условно назван реноминацией.

Термин «реноминация» был заимствован нами из теории перевода. А. А. Кретов и Н. А. Фененко определяют реноминацию как процесс переозначивания содержания означаемого языкового знака (сигнификата) [11, с. 154], т.е. использование другого языкового знака для названия того же денотата. Социальная сеть «ВКонтакте» предоставляет обширный фактический материал в области официальных и неофициальных названий зарубежных кинофильмов и сериалов, и эта специфика обусловила необходимость несколько изменить понимание термина «реноминация». Было обнаружено, что процесс присвоения зарубежным кинофильмам и сериалам русских названий часто проходит в два этапа, в соответствии с чем были выделены два уровня реноминации, которые получили условные названия официальной и неофициальной реноминации. Официальная реноминация – процесс официального перевода названий кинофильмов и сериалов с одного языка на другой. Неофициальная реноминация представляет собой адаптацию названий кинофильмов и сериалов в социальных сетях. Именно последняя и стала объектом нашего внимания, т.к. именно здесь отражены языковые особенности интернет-коммуникации.

Первое, на что следует обратить внимание при анализе неофициальных названий зарубежных кинофильмов и сериалов, – это крайняя неоднородность представленного материала с точки зрения языковой системы и ее функционирования. Так, представленные примеры, прежде всего, могут распределяться по четырем уровням языковой системы: фонетико-графическому, лексическому, словообразовательному и синтаксическому.

Специфика неофициальных названий проявляется уже на фонетическом и графическом уровнях. Первая яркая особенность здесь – это транслитерация (побуквенная передача иноязычных слов). Например, *Pitch – Путь*; *Life in Pieces – Лифы ин пусис*; *Hunters – Хантеры* [8]. Учитывая акустические и артикуляционные характеристики звуков русского языка, при транслитерации пользователи Интернета иногда не полностью побуквенно передают иноязычные слова, а часто заменяют некоторые звуки английского слова специфическими русскими для удобства произношения. В этом случае часто проявляется неполное соответствие звукам английского языка с добавлением русских морфем и даже созвучных слов и переосмысление понятия в целом. В качестве примеров можно привести следующие: *Better Things – Бумте Тинхте* [Там же] (прибавление к слову «Тинх» окончания «-те»); *Fear the Walking Dead – Фура Валькиного дед* [1]. При транслитерации используются русские существительные «фура», «дед» и др., кроме того, созданное неофициальное название часто соответствует морфологическому принципу русского языка, но отсутствует семантическое совпадение. Иногда именно на этом строится языковая игра.

Вторая характерная особенность – это внутренняя и внешняя рифмовка. Внутренняя рифмовка используется в таких примерах, как *Mary + Jane – Манька да Жанка* [12], *Jekyll and Hyde – Жукля и Хукля* [6], *Houdini and Doyle – Гудьяка с Дулякой* [7] (задействуется чередование рифм в неофициальных названиях). Внешняя рифмовка – это рифма, которая возникает между официальным и неофициальным названием, например, *Винил – Вынял* [5]. К этой же группе стоит отнести названия *Волшебники – Волишебняки*; *Сотня – Зудня* [6] и т.д., хотя рифма здесь весьма условна. Рифма в этом случае, возможно, поддерживает связь между официальным названием и неофициальным. Таким образом, автор стремится создать оригинальное название, но сделать это так, чтобы адресат понимал, о каком фильме или сериале идет речь, т.е. можно говорить о проявлении двух разнонаправленных тенденций в интенциях адресантов.

Третья фонетическая особенность – частое использование последовательности звуков, лишенных какого-либо семантического наполнения (эта же особенность отражена и в графике). В качестве примеров можно привести следующие: *Graves – Грээээйвс*; *Braquo – Брабобрака* [13]; *Saving Hope – Саавина Хоона* [6] и т.д. Такие названия, с одной стороны, можно считать одним из видов языковой игры в интернет-коммуникации, с другой стороны, это еще и способ привлечения интереса любителей кинофильмов и сериалов. Кроме того, растяжение на письме ударной гласной является одним из приемов письменной разговорной речи, который используется как средство выражения экспрессии.

На лексическом уровне реноминация зарубежных кинофильмов и сериалов ярко обнаруживается в использовании синонимии. Например, *Перемены* (официальное название) – *Изменение* [7] (неофициальное название), *Красные дубы – Червонные дубы*, *Ангел из ада – Анжела в преисподней*, *Пришельцы – Приблуды* [6] и т.д. Иногда это проявляется в частичном совпадении значений целых выражений, когда неофициальные названия кинофильмов и сериалов близки к их официальным по определенному значению или признаку. Такие названия создаются пользователями Интернета как языковая игра, основанная на многозначности слов и их ассоциативных связях: *Королевы крика* (официальное название) и *Писклявые блондинки* [10] (неофициальное название). В этом случае слова «крик» и «писк», очевидно, рассматриваются автором как частичные синонимы, а слова «королева» и «блондинка» традиционно синонимами не являются, но автор неофициального названия обнаруживает общий компонент лексического значения в них, т.е. оба этих понятия связаны красотой. Нечто подобное можно наблюдать и в примере *Хорошее место – Теплое местечко в раю* или *В лучшем мире* [8]. В словаре дан такой комментарий: *теплое (тепленькое) местечко – о доходной службе, должности* [14]. Исходя из этого, можно утверждать, что соотношенность названий *Теплое местечко в раю* и *В лучшем мире* связана с воззрениями автора на некое место, где можно получить все возможные жизненные блага. Кроме того, в качестве контекстуальных синонимов здесь выступают слова «место», «местечко», «мир».

Встречается и реноминация на основе антонимии. В качестве примера можно привести названия *Темная материя – Не светлая ткань* [8] (сохранена орфография оригинала). По сравнению с использованием синонимов, антонимы в процессе неофициальной реноминации используются достаточно редко.

Проведенное наблюдение показало, что в процессе реноминации пользователи Интернета часто выбирают слова, характеризующиеся наличием стилистической окраски. С их помощью они пытаются выразить свои эмоции или свое отношение к фильму, сериалу или их героям. К наиболее часто используемым следует отнести книжную, сниженную, разговорно-обиходную, просторечную и ироническую окраску: *Ты – воплощение порока – Порок во плоти* (книжн.); *Последний человек на Земле – Заучки* (разг., ирон.); *Гений – Умная бабка* (прост.) и т.д. [Там же].

Кроме перечисленных выше лексических особенностей реноминации, следует отметить частое использование иноязычных слов: *Кровавые гонки – Драйв на крови*; *Темная материя – Мрачная субстанция* [Там же] и др. Иногда, как видно из примеров, эти заимствования заменяют собой другие заимствования, которые уже были в официальных названиях.

Собранный языковой материал показал и задействованность словообразовательного уровня при присвоении неофициальных названий зарубежным кинофильмам и сериалам. Наиболее активно здесь используются возможности суффиксации. Например, *iZombie – йаЗомбисец* [6] (транслитерация «Zombie – Зомби» + суффикс *-ец* для обозначения лиц, кроме того, здесь «я – йа» указывает на использование фонетического письма); *Подземка – Метрополитеновцы* [8] (интерфиксация *-ов* + суффиксация *-ец* + чередование *e // Ø*); *Вентворт – Комнатушка* [7] (суффиксация *-ушк*); *Коллекция – Кутюрьевщина* [6] (интерфиксация *-в* + суффиксация *-щин*) и т.д. Наиболее часто при этом встречаются суффиксы с отрицательными значениями.

Кроме того, в процессе реноминации часто встречаются неофициальные названия с использованием сокращения (усечения). Это, очевидно, определяется действием тенденции к экономии речевых усилий языковой игрой: *Американская история ужасов – Ах Ис Уж* [2]; *Лучше звоните Солу – Засол* [8]; *Родословная – Родслов* [7] и т.п. О языковой игре здесь говорит то, что при реноминации часто происходит переосмысление названия на основе выстраивания лексических связей с другими словами.

На синтаксическом уровне неофициальная реноминация принимает характер языковой игры, в ходе которой иногда формируются разнообразные описательные конструкции. Например, *Час пик – Негр и китаец после 18:00* [17] – это описание одного из конкретных явлений – «час-пик», – так как в Китае и Африке людей очень много, и после работы часто появляются транспортные заторы; *Карантин – Руки не мыли – заразу подцепили* [7] рассказывает нам о том, что «карантин» – это один из эффективных способов избежать заражения различными инфекциями, хотя по содержанию сериала эпидемия распространяется вовсе не из-за пренебрежения правилами личной гигиены.

По сравнению с фонетическим, лексическим и словообразовательным уровнями, синтаксический уровень не так активно задействуется при неофициальной реноминации в социальных сетях. Очевидно, что создание таких названий – более сложный процесс и, следовательно, используются средства этого уровня языка не так часто, как средства других уровней.

Особого внимания заслуживает языковая игра, которая не только проявляется на разных уровнях языковой системы, но и обнаруживается за их пределами. Часто она принимает характер языкового шифрования: употребление английских букв или слов в сочетании с русскими (*Безмозглые – МозгOFF* [Там же]), цифровая игра (*11.22.63 – Два по одному, два по два, шесть и обгрызанная девятка в тройку* [4]), употребление древнерусских букв (*Охотники – Сльдопыты* [7]), изменение известного фразеологизма (*Творя историю – Галопом по эпохам* [16]) и т.д.

Наблюдения показали, что неофициальные названия зарубежных кинофильмов и сериалов иногда включают в себя определенную информацию о сюжете картины. В некоторой степени наличие таких названий, возможно, определяется стремлением вызвать интерес у кинолюбителей. Например, *Анатомия страсти – В белых халатах* [7] (в центре сюжета – жизнь интернов, врачей и прочего персонала больницы «Сизл Грейс», где разворачивается основное действие); *Мотель Бейтс – Мальчик-убивайчик* [Там же] (сериал рассказывает о том, как формировалась психика Нормана Бейтса в подростковые годы и как его мама повлияла на становление известного серийного убийцы); *Брокмайр – Коментатор* [3] (Джим Брокмайр – знаменитый комментатор игр Главной бейсбольной лиги) и т.п. Анализируя приведенные примеры, нетрудно заметить, что образованные неофициальные названия, по сравнению с их официальными, более конкретизированы. Иными словами, при помощи этих неофициальных названий кинолюбители смогут легче угадать, о чем идет речь в этих кинофильмах и сериалах. Однако такие замены названий можно связать и со стремлением избежать преследования правообладателей, когда фильм или сериал, защищенный законом об авторских правах, размещается в свободном доступе.

Причина возникновения неофициальной реноминации в социальных сетях заключается, прежде всего, в том, что использование определенных языковых средств позволяет облегчить процесс коммуникации, снять психологические барьеры языковой личности, высвободить творческое «я». Кроме того, появление вторичных названий может быть связано со стремлением заинтересовать потенциального адресата или скрыться от правообладателей, однако установление интенций говорящих представляет наибольшую трудность при описании реноминации зарубежных кинофильмов и сериалов в социальной сети «ВКонтакте» и должно быть предметом отдельного исследования. Анализ вторичных названий зарубежных кинофильмов и сериалов позволил сделать некоторые выводы о характеристиках виртуальной языковой личности. Авторы неофициальных названий – это люди, которые стремятся к самовыражению через языковую игру, к привлечению внимания и на достаточно высоком уровне владеют лексическими, фразеологическими, словообразовательными и грамматическими средствами русского языка, английским языком. Обращает на себя внимание и тот факт, что пользователи

социальной сети «ВКонтакте» предпочитают в основном современные американские кинофильмы и сериалы. В целом же описание виртуальной языковой личности требует дальнейшего внимания лингвистов, что связано не только со сложностью данного феномена, но и его непостоянством, непрерывным изменением.

Список источников

1. **Алексей Гуфовский**. Записи на стене [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/wall172785834_123946?&offset=60 (дата обращения: 17.09.2016).
2. **Американская история ужасов** [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/americanhorrorstory> (дата обращения: 10.05.2017).
3. **Брокмайр (Коментатор s01e04)** [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/baibako?z=video-19235700_456242258%2F315f8816aee5f24142%2Fpl_post_-19235700_98492 (дата обращения: 28.08.2017).
4. **Видеозаписи Анастасии Еремкиной** [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/video117170907_170645616 (дата обращения: 11.11.2016).
5. **Видеозаписи Ани Евтушенко** [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/video195902734_169083179 (дата обращения: 19.12.2016).
6. **Видеозаписи Дмитрия Худякова** [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/videos16932536> (дата обращения: 14.03.2017).
7. **Видеозаписи VaibaKoTV – Сериалы на русском и украинском** [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/videos-19235700?section=album_55993773 (дата обращения: 27.01.2017).
8. **Видеозаписи OZZ.TV** [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/video-30050739_171559419 (дата обращения: 28.02.2017).
9. **Интернет-коммуникация как новая речевая формация**: коллективная монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева. М.: ФЛИНТА; Наука, 2012. 328 с.
10. **Королевы крика (Писклявые блондинки)** [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/baibako?z=video-19235700_456240300%2Fd7a47c5aa6062f1d7f%2Fpl_post_-19235700_89083 (дата обращения: 28.08.2017).
11. **Кретов А. А., Фененко Н. А.** Реноминация как проблема переводоведения // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2011. № 2. С. 154-157.
12. **Мэри + Джейн (Манька да Жанка)** [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/baibako?z=video-19235700_456240262%2F46f86e13406f3a93dc%2Fpl_post_-19235700_88866 (дата обращения: 28.08.2017).
13. **Налёт (Браббрак)** [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/baibako?z=video-19235700_456240308%2Fda796fe96c0ae787f3%2Fpl_post_-19235700_89190 (дата обращения: 28.08.2017).
14. **Словари и энциклопедии на Академике** [Электронный ресурс]. URL: http://phraseology.academic.ru/6526/Тёпленькое_%28тёпное%29_местечко (дата обращения: 10.02.2017).
15. **Стернин И. А.** Общественные процессы и развитие современного русского языка. Очерк изменений в русском языке конца XX – начала XXI века [Электронный ресурс]. Воронеж, 2004. 93 с. URL: http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicatii/Sovremennoe_sostojanie_russkogo_jazyka/Obshhestvennye%20processy_i_razvitie_russkogo_jazyka_Izd4_2004.pdf (дата обращения: 12.04.2017).
16. **Творя историю (Галопом по эпохам)** [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/videos-19235700?section=album_55993926&z=video-19235700_456242116%2Fclub19235700%2Fpl_-19235700_55993926 (дата обращения: 28.08.2017).
17. **Трилогия «Час пик» (Rush Hour)** [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/rushhourtrilogy> (дата обращения: 15.11.2016).

**PECULIARITIES OF RE-NOMINATING FOREIGN MOVIES AND SERIALS IN SOCIAL NETWORKS
(BY THE MATERIAL OF SOCIAL NETWORK “VKONTAKTE”)**

Tyurin Pavel Mikhailovich, Ph. D. in Philology

Li Mulin

*Far Eastern Federal University, Vladivostok
turin2010@mail.ru; 1103171771@qq.com*

The article is devoted to analyzing linguistic peculiarities of re-nominating foreign movies and serials in social network “VKontakte”. The paper clarifies the notion of re-nomination and identifies the types of secondary titles of movies and serials depending on the peculiarities of using linguistic means of different language levels and on the content of movies and serials. The authors describe the language game techniques in re-nomination; briefly characterize virtual linguistic personality considering the results of linguistic analysis.

Key words and phrases: official re-nomination; non-official re-nomination; social network “VKontakte”; Internet communication; language game; foreign movies and serials.