

Санкт-Петербургский государственный университет

ЯКУНИНА Александра Владимировна

Выпускная квалификационная работа

**Средства выразительности в тэглайпах к португалоязычным
художественным фильмам**

Уровень образования: бакалавриат

Направление 45.03.02 «Филология»

Основная образовательная программа СВ.5055. «Иностранные языки»
Профиль «Португальский язык»

Научный руководитель:
К.ф.н., старший преподаватель,
Кафедра романской филологии,
Мазняк Мария Михайловна

Рецензент:
К.ф.н., старший
преподаватель, Кафедра
романской филологии,
Якушкина Ксения Валерьевна

Санкт-Петербург
2021

Оглавление

<i>Введение</i>	4
ГЛАВА I	7
<i>Теоретические основы исследования средств выразительности в тэглайнах к художественным фильмам.</i>	7
<i>1.1. Кинематограф в системе культуры</i>	7
1.2. Кино как часть медиакультуры	8
1.3. История теории кинематографа	9
1.4. История теории кинематографа	9
1.5. Появление киноплакатов	11
1.6. Особенности кинозаголовков.....	12
1.7. Понятие тэглайна	13
1.7.1. Экспрессивность и средства выразительности в тэглайнах.....	14
<i>1.8. Системы знаков</i>	17
<i>1.9. Понятие кинодискурса</i>	18
1.10. Текстуальная суггестивность	20
1.11. Термины «креолизированный текст», «параграфема». Креолизированный текст в киноафишах.....	21
ГЛАВА II	24
<i>Средства языковой выразительности в португалоязычных тэглайнах к кинофильмам.</i>	24
2.1. Сложные предложения	24
2.2. Простые предложения	27
2.3. Драма «Pedro e Inês»	30
2.4. Назывные предложения	32
2.5. Использование сослагательного и повелительного наклонений.....	40
2.6. Глагольные перифрастические конструкции	42
2.7. Использование степеней сравнения.....	43
2.8. Градация.....	45
2.9. Эллиптические конструкции	45
2.10. Ритм.....	46
2.11. Фонетическая компрессия.....	46
2.12. Использование многоточий	47

2.13. Цитирование.....	48
2.14. Креольский текст	49
ГЛАВА III.....	50
<i>Средства визуальной выразительности в португалоязычных тэглайнах к кинофильмам.....</i>	<i>50</i>
3.1. Контрастность	50
3.2. Изображение героев фильма	52
3.3. Изображение сцен фильма.....	55
<i>Заключение.....</i>	<i>57</i>
<i>Список использованной литературы.....</i>	<i>58</i>

Введение

Данная работа посвящена изучению функционирования языковых средств выразительности в тэглайнах к португалоязычным художественным фильмам, а также анализу визуальных средств выразительности в представленных афишах.

Объектом исследования является совокупность средств выразительности в тэглайнах к художественным фильмам. В качестве предмета исследования выступают приёмы языковых и визуальных средств выразительности в тэглайнах к португалоязычным художественным фильмам.

Цель работы – изучить стратегию использования различных средств выразительности в тэглайнах к португалоязычным художественным фильмам.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

1. изучить критическую литературу, рассматривающую феномен тэглайна;
2. уточнить на основе изученной литературы понятия тэглайна; выявить на основе теоретической литературы языковые средства выразительности в малых формах рекламной продукции;
3. описать классификацию языковых средств выразительности;
4. собрать случаи употребления тэглайнов в португалоязычных художественных фильмах;
5. проанализировать собранный материал на основе выделенных критериев;
6. изучить литературу, описывающую визуальные средства выразительности;
7. проанализировать афиши португалоязычных художественных фильмов с точки зрения визуального ряда;
8. сделать выводы о языковых и визуальных средствах выразительности, используемых в португалоязычных тэглайнах;

Феномен тэглайна в англоязычной и испаноязычной кинопродукции описан подробно в исследовательской и критической литературе, тогда как

подробный анализ существующих тэглайнов на афишах к кинофильмам португальского, бразильского и ангольского производства еще не проводился, что свидетельствует об **актуальности** темы исследования.

В последнее время кинематограф получает все большее распространение по всему миру. В пользу **актуальности** выбранной темы выступает и тот факт, что тэглайн – достаточно молодое явление в португалоязычной киноиндустрии по сравнению с аналогичным явлением в англоязычной, франкоязычной и испаноязычной кинопродукции. Активное использование тэглайнов для рекламных кампаний фильмов на афишах и плакатах началось с 2005-2010-х годов, хотя и существуют некоторые единичные примеры из 1960-1990-х годов.

Материал для анализа представляют собой тэглайны к следующим португалоязычным фильмам: «O assalto ao trem pagador» (1962), «Macunaíma» (1969), «Os anos JK» (1981), «Memórias do Carcere» (1984), «Jaime» (1999), «Quem és tu?» (2001), «Cidade de Deus» (2002), «Ônibus 174» (2002), «O quinto império» (2004), «O crime de padre Amaro» (2005), «O mistério da estrada de Sintra» (2007), «Tropa de elite» (2007), «4 copas» (2008), «Estômago» (2008), «E o tempo passa» (2011), «A alegria» (2011), «VIPs» (2011), «O palhaço» (2011), «Xingu» (2011), «A fuga da mulher gorila» (2012), «Njinga. Rainha de Angola» (2013), «O candidato honesto» (2014), «Praia do Futuro» (2014), «Cavalo dinheiro» (2014), «Treblinka» (2016), «Cartas da Guerra» (2016), «A morte te dá parabéns» (2017), «Ramiro» (2017), «Fátima» (2017), «Zeus» (2017), «Peregrinação» (2017), «O candidato honesto 2» (2018), «Pedro e Inês» (2018), «Snu» (2019), «As cores da serpente» (2019).

Практическая значимость данной работы состоит в том, что отобранные примеры, а также анализ и полученные результаты могут применяться в процессе преподавания португальского языка, стилистики португальского языка, вопросов перевода, а также в качестве дополнительного материала при изучении произведений художественной литературы на португальском языке.

Исследование состоит из Введения, трех глав, каждая из которых разделена на подразделы, Заключение и Списка использованной литературы, насчитывающий 53 наименования на русском и португальском языках. В первом подразделе первой главы предоставлена общая информация о кинематографе в целом и его истории, рассматривается реклама и продвижение кинопродукции, а также особенности киноафиш, в третьем приведены понятия «текстуальной суггестивности» и описание креолизованного текста. Во второй главе приводится подробный анализ языковых (грамматических, синтаксических, лексических и фонетических) средств выразительности, используемых в тэглайнах к упомянутым фильмам. Отдельно рассматривается пример тэглайна на креольском языке. Третья глава посвящена анализу визуальных средств выразительности, взаимодействию текста и зрительного образа, композиционному построению афиши упомянутых фильмов. В Заключении приведены выводы исследования.

ГЛАВА I.

Теоретические основы исследования средств выразительности в тэглайнах к художественным фильмам.

1.1. Кинематограф в системе культуры

Сегодня мы не можем представить свою жизнь без кино. Кинематография была подарена нам в конце XIX века, и с того времени эта сфера сильно видоизменилась, сделала крупные шаги в техническом и культурном развитии. На данный момент нет ни одной страны, не вовлеченной в деятельность по просмотру или созданию кинолент.

Кинематограф, в отличие от других видов искусства, имеет следующую отличительную особенность: он занимает широкое социокультурное пространство и тем самым влияет практически на все, начиная от бытовых проблем и заканчивая духовными идеалами.

Вопрос о положении кинематографа в системе культуры занимает культурологов, искусствоведов, философов и социологов. Кино представляет собой совершенно новое искусство и параллельно с этим наиболее сформированный компонент быстро развивающейся сферы медиакультурного пространства.

Текущее положение кинематографа изображается как очередная ступень в его развитии, требующая осмысления. Фундаментом для этого «служит как его собственная история, так и история осмысления этого феномена с позиции искусства»¹.

¹ Ямнольский М.В. О близком (Очерки немиметического зрения)/ М. Ямпольский - М.: Новое литературное обозрение, 2001. - 240 с. — ISBN 5-86793-141-2

1.2. Кино как часть медиакультуры

Сегодня актуальным является междисциплинарный метод исследования кинематографа как части медиакультуры. Именно благодаря ему существует возможность создать наиболее полное представление о том, что такое кинематограф и о кино как об уникальном культурном феномене.

В целом, можно говорить о том, что кинематограф как новое явление в медиакультурном поле завоевывает большее признание по сравнению с другими элементами данного поля (например, с книгой). Кино, как один из компонентов культурного поля, имеет устройство как определенный синтез внутренней формы и ситуационных факторов (внешней формы), в согласованности которых главная роль отведена коммуникации. Кинематограф расширяет границы культурного поля, влияя на широкую зрительскую аудиторию через коммуникативные каналы.

Кинематограф — это уникальная структура, содержащая обширный аудиовизуальный аппарат, который позволяет своим воздействием соединять разделенную этническими, культурными, гендерными, возрастными и социальными границами аудиторию. Именно в этом кроется одна из основных причин настолько сильного влияния кинематографа на зрителя и пристального внимания к нему как к объекту междисциплинарных исследований.

Рассматривая место и роль кинематографа в структуре медиакультуры, следует обратить внимание, что данный феномен может стать объектом изучения разных научных дисциплин (истории, педагогики, эстетики, коммуникации и т.д.); кроме того, кинематограф стал явлением, изучаемым специфической дисциплиной, названной «фильмология». Возникновение данной дисциплины показывает, что кино приобретает собственные особые свойства и статус в рамках медиакультурного поля. Для этого изучаются вопросы общей морфологии (лингвистический подход), общей эстетики киноэффекта, антропологии, этики и идеологии кинематографа.

1.3. История теории кинематографа

Историю зарождения, формирования и функционирования теории кинематографа принято делить на три этапа:

1. классическая теория кино;
2. современная теория кино;
3. ультрасовременная история кино.

Классическая теория кино датируется с 1915 года по 1945 год. В ее основе лежит парадигма немого кино.

Современная кинотеория (1945-1972 гг.) рассматривает методологические принципы семиотики, структурализма и формализма.

Отдельное внимание уделялось поиску и выбору критериев, позволяющих дать оценку эстетической и социальной значимости кинематографа, а кроме того, вопросу о роли зрителя как участника кинематографического процесса.

Ультрасовременная кинотеория (начиная с 1968 г. и по настоящее время) сосредоточена на проблемах идеологии кино с позиции: а) политического модернизма (рассмотрение политической и социальной конъюнктуры и ее последующих появлений в содержании и форме кинофильмов); б) постмодернизма (возникновение нового отношения к понятиям «массовый», «популярный», разрушение разграничений на реализм и модернизм) и, наконец, в) культурологии (существование особого взгляда на активную позицию зрителя, а также увеличение интереса к вопросам идентичности).

1.4. История теории кинематографа

Необходимость исследовать весь процесс кино как единую систему, охватывающую не только производство, но и прокат (включая рекламу и профессиональную критику) и социокультурное влияние кинофильмов, исследователи определили несколько десятилетий назад. Очевидно, что главную роль в привлечении массовой аудитории в кинотеатры играет ряд

маркетинговых усилий по продвижению кинофильма, особенно с рекламными кампаниями.

Отрасль кино относится и к сфере культуры, и к сфере экономики. С точки зрения культуры, создание фильма – это процесс творчества, нацеленный на передачу определенной художественной информации, а также формирование у зрителя культурных ценностей. С экономической точки зрения, кинофильм – это товар, который требует эффективного продвижения.

Специфической чертой кинопродукции можно назвать то, что она является элементом духовных потребностей человека. В связи с этим, неопровержимым становится факт активного взаимодействия культуры потребления продукции кинематографа и общей культуры общества.

На сегодняшний день выделяются два способа продвижения кинопродукции: видеоформат - трейлеры фильмов, короткие видеоролики, содержащие фрагменты самого кинопродукта, и печатная продукция – афиши, плакаты, содержащие короткие, но емкие определения фильма.

Небольшие формы печатной рекламной продукции представляют собой рекламный щит, рекламный плакат, рекламное сообщение и заголовки. Иногда довольно трудно обозначить границы между указанными выше малыми жанрами рекламы: так, к примеру, реклама подразумевает открытый призыв, афиша извещает, что нечто «происходит». Мы сосредоточимся на таких формах, как рекламный щит и рекламный плакат, так как они сочетают в себе две главные характеристики: когнитивное сжатие и поликоличность, которая, в свою очередь, включает и художественное изображение.

Известно, что плакат имеет двоичный характер – с одной стороны, это рекламное сообщение, с другой стороны, плакат может быть выполнен на высоком художественном уровне, и в этом смысле о нём можно говорить как о произведении искусства.

Анализируя различные определения, которые можно найти в отдельных источниках, мы определим плакат² как изобразительное или текстовое издание

² от фр. Plaque – приклеивать, прилипать

информационного, рекламного, агитационного, образовательного или пропагандистского назначения и содержания, которое может быть напечатано на одном или нескольких широкоформатных листах и для демонстрации в общественных местах. Его основная задача – быть максимально понятным и быстро истолковываться зрителем, приковывая его взгляд. Именно поэтому в плакатах часто используются знаки, символы, образы, узнаваемые формы и яркие цвета.

1.5. Появление киноплакатов

В 1895 году братья Луи и Огюст Люмьеры изобрели кинематограф, который довольно быстро заработал популярность, так как новый фильм являлся товаром, и ему, как и всем продуктам, была необходима определенная реклама, в основу которой лег плакат. В задачи художников киноплакатов входило отображение языком графики содержания определенного фильма. Характерной чертой киноплакатов являлось то, что они зависят от языка в кино и его системы образов. Плакат выполнял свою основную функцию – а именно воздействовать на людей и стимулировать их приобретать билеты, а затем идти в кино. Таким образом стилистика кинолента вписывалась в систему образных средств киноплакатов.

Новые методы взаимодействия и совершенствования рекламных продуктов в контексте глобализации оказали существенное влияние на киноиндустрию. На сегодняшний день появились уже методики распространения кинофильмов, соответствующие словесному тексту, а также максимально использующие возможности, предлагаемые изображениями

1.6. Особенности кинозаголовков

Название фильма — это «многогранная языковая единица»³. Кинозаголовок, с одной стороны, является сам по себе целостным элементом и в некотором смысле дистанцируется от всего произведения. Однако, с другой стороны, название не может отделяться от образного и смыслового содержания кинофильма, поскольку является его частью. Фильмонимы⁴ вызывают научный интерес как с позиции лингвистики (это рассмотрение функционально-прагматических и структурно-семантических особенностей), так и с точки зрения межкультурной коммуникации, если изучается иноязычное кинопроизведение. Кинозаголовки отражают современные языковые процессы, а также служат иллюстрацией социальной, экономической и политической ситуации в стране.

В аспекте лингвистики мы наблюдаем единство методов в анализе названий художественных фильмов и заголовков, которые исследуются с точки зрения семантики, синтаксиса и прагматики. Заголовок обычно считается подсистемой языка, выполняющей задачу посредника между вертикальным контекстом (так называемой интертекстуальностью) и адресатом, который обрабатывает сообщение через свой уникальный когнитивный опыт и эмоционально-ценностные установки. Таким образом, создание заглавия подразумевает направленность на фоновые знания и автора, и целевой аудитории, а также «соотнесенность названия с первичным поликодовым текстом и визуальным рядом»⁵. Именно название при передаче смыслового и образного содержания фильма позволяет сформировать в сознании получателя идею о концепции кинопроизведения.

³ Анисимов В.Е., Борисова А.С., Консон Г.Р. Лингвокультурная локализация кинозаголовков // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика = Russian Journal of Linguistics. 2019. Т. 23. No 2. С. 435—459. doi: 10.22363/2312-9182-2019-23-2-435-459.

⁴ Фильмоним – это разряд имен собственных, который обозначает названия кинофильмов. Он должен отражать содержание и замысел фильма, однако быть емким, понятным и привлекать потенциального зрителя, учитывая коммерческие задачи создателей киноленты.

⁵ Александрова О.И., Николаева У.А. Стратегии перевода англоязычных фильмонимов на русский и испанский языки // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2016. No 2. С. 113—122.

Заголовок методологически отображает замысел автора киноленты. При прочтении названия реципиент знакомится лишь с малой частью содержания. После этого во время или уже после просмотра кинофильма зритель получает впечатления для переосмысления заголовка и, возможно, его другой, отличной интерпретации. Финальная стадия характеризуется составлением общего впечатления о произведении, которое остается в памяти адресата на уровне ассоциативной связи с заголовком. Таким образом, названия можно отнести к стилистически сильным позициям текста, которые выполняют коммуникативную функцию и отличаются эмоциональностью, лаконичностью, легкостью восприятия.

1.7. Понятие тэглайна

Помимо давно исследуемых названий кинолент, сегодня практически ни один из фильмов не обходится без тэглайна, также несущего определённую информацию о киноленте.

Тэглайн (англ. tagline) является короткой фразой, которая несет описательный характер, а также в определенной мере сопровождает и дополняет официальное название продукта. В области профессионального кинематографа тэглайн может быть включен в рекламный ролик фильма, иллюстрировать его как в аудио-, так и визуальном ряду. Помимо этого, тэглайн может быть представлен на постерах и другой печатной продукции, которая, безусловно, является важной составляющей маркетинга в постпроизводстве фильма.

Тэглайн имеет некоторые общие черты со слоганом. Оба феномена в большинстве случаев представлены разнообразными средствами передачи информации. Главной составляющей тэглайна является включение в текст максимального количества информации при минимальной длине сообщения. Важным, также, является своеобразие, оригинальность, специфика и ассоциативность с объектом рекламы, то есть, с конкретным фильмом, его содержанием и жанровой принадлежностью.

Принимая во внимание, что фильм, его название и тэглайн неразрывно связаны, последние два выполняют определённый функционал. Кроме очевидных информативной, коммуникативной, номинативной и художественно-эстетической функций, они также выполняют и аттрактивную функцию, которая реализуется непосредственно до просмотра киноленты, когда потенциальный зритель стоит перед важным выбором — смотреть фильм или нет.

Повышенный интерес к тэглайнам привел к тому, что в Интернете регулярно составляются подборки наиболее удачных тэглайнов к популярным фильмам, а также некоторые спорные тэглайны вызывают дискуссии в социальных сетях и различных форумах.

1.7.1. Экспрессивность и средства выразительности в тэглайпах

Экспрессивность – это то, благодаря чему достигается воздействие на адресата. Экспрессивность достигается с помощью использования различных средств художественной выразительности (метафора, аллюзия, сравнение, повтор и т.д.). Чем больше использовано средств выразительности в одной фразе, тем сильнее воздействующая сила.

Далее рассмотрим средства выразительности подробнее: фонетические, графические, лексико-стилистические и синтаксические. В нашем исследовании мы рассмотрим только те средства выразительности в рамках перечисленных ниже, которые встречаются в отобранном материале – тэглайпах португалоязычных фильмов.

Ритм. Ритм можно определить как чередование звуковых элементов, которое осуществляется с определенной частотой. Ритм повышает восприятие тэглайна и его запоминаемость потенциальными зрителями. В тэглайне фраза с определенным ритмом читается легче и запоминается быстрее.

Аллитерация. Аллитерацией – это повторение тех же или похожих звуков, что добавляет ему особую звуковую образность.

Даже несмотря на то, что многие исследователи сходятся во мнении, что существует связь между различными звуками языка и вызываемыми ассоциациями, это довольно сложно доказать, потому что одни и те же звуки зачастую могут придать сообщению как положительную, так и отрицательную окраску, помимо этого, вызвать определенную чувства у разных людей.

Фонетическая компрессия. Фонетической компрессией можно назвать выпадение определенных звуков во вспомогательных глаголах, а также частицах. Подобный метод часто используют в рекламных текстах, включая тексты тэглайнов, чтобы создать эффект разговорной речи.

При разработке тэглайнов к кинофильмам, помимо всего прочего, используются всевозможные графические средства выразительности:

- замещение слов символами и числами;
- использование многоточий.

Метафора. Метафора считается одним из самых распространенных методов в рекламе. Под метафорой понимается использование слова в переносном значении, в основе которого лежит сопоставление одного предмета с другим, похожим по каким-либо признакам. Обычно выделяется два основных типов метафор: номинативные и характеризующие. Номинативные, как правило, нацелены на какой-либо объект. Чаще всего, они просто идентифицируют его, не описывая. Обычно понимание подобной метафоры не составляет труда, а ее интерпретация всегда несет одно значение. Что касается характеризующих метафор, то они, в свою очередь, наделяют объект определенными качествами. В метафорах подобного вида возможны различные интерпретации, входе которых возникают разнообразные ассоциации. При создании тэглайнов, как правило, используется последний тип метафор.

Использование фразеологизмов. Фразеологизмом считается идиоматическое и устоявшееся сочетание слов, характерное для определенного языка. Для рекламных текстов существует несколько вариаций в использовании фразеологизмов.

Повторы. Лексическим повтором называется прием, в основе которого лежит намеренное повторение языковой единицы (а именно слова) в отдельном высказывании или небольшом отрывке текста. Подобный прием используется в рекламном тексте довольно часто, так как они заинтересовывают читателя, позволяют ему быстрее и лучше запомнить рекламное сообщение.

Лексический повтор существует в различного вида вариациях: например, анафора, эпифора, а также морфологический повтор.

Эллиптические конструкции. Эллиптическими конструкциями называются неполные предложения, то есть предложения, в которых отсутствует один или несколько членов предложения. Благодаря эллипсу можно выделить основные элементы тэглайна, в то же время подразумеваемые и неизвестные элементы могут быть восстановлены из контекста. Помимо этого, эллиптические конструкции позволяют сформировать довольно сжатый, но информационно и эмоционально наполненный текст.

Следующие типы эллиптических конструкций могут быть представлены в тэглайнах:

- конструкция, в которой отсутствует подлежащее;
- конструкция, в которой отсутствует подлежащее и часть сказуемого;
- конструкция, в которой отсутствуют оба главных члена предложения.

Параллелизм. Параллелизмом называется прием, в котором разнообразные составляющие выражения имеют схожую или одинаковую структуру. Подобными параллельными элементами могут быть предложения, части предложения или словосочетания. Достаточно часто параллелизм употребляется при создании тэглайнов к фильмам, так как благодаря параллельным предложениям есть возможность придать тэглайну определенный ритм, сделать его более запоминающимся и выразительным.

Парцелляция. Парцелляцией называется прием, при котором происходит намеренное разделение высказывания на несколько отдельных отрезков. В

письменном тексте показателем парцелляции служит точка. Благодаря парцелляции осуществляется упрощение понимания высказывания, потому что укороченные отрезки текста легче воспринимать, к тому же сам текст становится намного более эмоциональным.

Градация. Градация – это прием, основывающийся на некотором количестве слов, расположенных в ряд, каждое из последующих является более эмоционально окрашенным в отличие от предыдущего. Главной функцией градации является создание видимости изменения какого-либо процесса, качества. Можно упомянуть два основных типа данного приема: прямая градация (когда следующее слово в ряду более эмоционально окрашено по сравнению с предыдущим) и обратная градация (когда следующее слово является менее эмоционально-окрашенным, чем предыдущее). Как правило, в тэглайпах используют прямую градацию.

Комбинация средств выразительности в тэглайне. Нередко в одном и том же тэглайне можно увидеть несколько различных средств выразительности, благодаря чему у тэглайна появляется бóльшая эмоциональная окраска, увеличивается его запоминаемость. Например, иногда встречаются следующие сочетания: фонетические (аллитерация) + синтаксические (повтор); лексико-стилистические (аллюзия) + синтаксические (парцелляция); фонетические (рифма) + графические (графическое выделение). В отдельных случаях употребление средств выразительности одного уровня произвольно ведет к возникновению средств выразительности других уровней, так как их использование связано между собой.

1.8. Системы знаков

Знаки можно разделить на две группы: изобразительные и условные. В условных внутренняя связь между выражением и содержанием не мотивирована. Яркий пример условного знака – слово. Изобразительный, или

так называемый иконический знак несет одно, единственно ему присущее значение, чаще всего это рисунок.

Иконические знаки обладают большей понятностью. Поэтому то сообщение, которое зафиксировано условным знаком, будет иметь вид закодированного, требующего наличия специального шифра, сообщение иконического знака будет более «понятным» и «естественным». Кинематограф, в свою очередь, является примером изобразительного знака.

1.9. Понятие кинодискурса

Сложный язык кинофильма рассматривается в качестве особой разновидности текста. В научной литературе употребляются следующие термины: «кинодискурс», «кинодиалог», «кинотекст». Данные термины не имеют достаточно четкого разграничения, но кинодискурс является самым емким понятием в этом ряду.

Кинодискурс является объектом изучения многих ученых, особенно активно он исследуется семиотикой (к ней можно отнести работы Ю.М. Лотмана, Ю.Г. Сороки, С.С. Зайченко, Ю.Г. Цивьян и других). По мнению Ю.М. Лотмана, фильмы – это те же тексты, как поэмы и симфонии.

Что касается рассмотрения кинодискурса с лингвистической точки зрения, то среди всех работ наиболее интересны исследования С.С. Назмутдиновой, М.А. Ефремовой, Е.Б. Ивановой, И.Н. Лавриненко и А.Н. Зарецкой. Для лингвистов важна постановка вопросов о разграничении понятий «кинотекст» и «кинодискурс», о роли подтекста в кинодискурсе, о классификации кинодискурсов, о его жанровой типологии, а также о практических проблемах перевода и важности кинотекста как объекта лингвокультурологии.

С.С. Назмутдинова рассматривает кинодискурс как «семиотически осложненный динамичный процесс взаимодействия автора и кинореципиента, протекающий в межъязыковом и межкультурном пространстве с помощью

средств киноязыка, обладающего свойствами синтаксичности, вербально-визуальной сцепленности элементов, интекстекстуальности, множественности адресанта, контекстуальности значения, иконической точности, синтетичности»⁶. Помимо этого, ученая объясняет, в рамках своего исследования, термин «киноповествование» как объект лингвистики. По мнению исследовательницы, это «форма вербально-иконического поведения», соотносимая с определенной ситуацией, культурой, временем, пространством и обладающая основными функциями, присущими языку, <...> в котором осуществляется воздействие на кинореципиента»⁷. Кроме того, С.С. Назмутдинова подчеркивает, что «кинодискурс как коммуникативная ситуация создается полифиничным автором, то есть киносценаристом, режиссером, актерами, редакторами, операторами»⁸.

Что касается термина «кинотекст», то он был предложен в контексте семиотики. В работах современных авторов данный термин также используется. К примеру, Е.Б. Иванова настаивает, что «кинофильм – это текст, то есть связанное семиотическое пространство.

Многие ученые (М.Б. Ворошилова, С.С. Назмутдинова, Г.Г. Слышкин, М.А. Ефремова) дают определение кинотексту, как креолизованному тексту, то называют его текстом, в котором есть вербальные и невербальные компоненты (в то же время невозможно говорить о решенности проблемы и выделить приоритетный компонент в кинодискурсе). При этом те же в авторы в ряде других своих исследований называют кинотекст в первую очередь медиатекстом.

Механизм кинематографического дискурса представляет собой объединение трех основных составляющих: автор – кинотекст – зритель. Реципиент-зритель, как активная сторона дискурса, предоставляет несколько различных интерпретаций, содержание которых находится в зависимости от

⁶ Назмутдинова, С.С. Гармония как переводческая категория (на материале русского, английского, французского кинодискурса) [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук / С.С. Назмутдинова. – Тверь, 2008. – 18 с.

⁷ Назмутдинова, С.С. Пути достижения гармонического перевода в кинодискурсе [Текст] / С.С. Назмутдинова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. Филология. Искусствоведение. Вып. 17. – 2007. – №22 (100). – С. 86 – 91.

⁸ Там же.

множества причин – особенностей жизни человека, его уровня образования, культуры и начитанности, а также социокультурного контекста и так далее. Таким образом, многоаспектность и многоуровневость кинодискурса подразумевает под собой постоянную связь с мыслительными процессами индивидуума – начиная от эмоционально-оценочных, заканчивая намерением воссоздать целостность, системность и структурность продукта кино.

1.10. Текстуальная суггестивность

Одними из ключевых функций тэглайнов и названий являются аттрактивная и рекламная, реализуемые в таком понятии как суггестия.

Понятие суггестия перешло в лингвистику из психологии. Обычно суггестия рассматривается в исследованиях, посвященных манипуляциям, как один из наиболее эффективных методов влияния наравне со стратегиями убеждения, доказывания, аргументации. В широком смысле суггестия понимается как скрытое воздействие, осуществляемое через сферу бессознательного и связанное с восприятием информации, внедрением мыслей, эмоцией, стереотипов, формированием системы ценностей и оценок.

Текстуальная суггестивность определяется наличием маркированных семантических, структурных и лингвопрагматических компонентов (например, тропы, риторические фигуры, синтаксические построения, модальные категории), среди них в тексте ключевое место занимают фоностилистические характеристики (аллитерация, ассонанс, рифма, ритм и т.д.), которые воздействуют на подсознание посредством различных ассоциаций и вызывают бессознательные мысли, эмоции и образы.

К средствам оформления сообщения также относят расположение самого текста, графические и цветовые решения, абзацные маркеры, шрифтовое варьирование, масштаб, специальные символы, кроме того, возможности иконического языка (графики, схемы, чертежи, таблицы, рисунки, фотографии, карикатуры, коллажи, иллюстрации). Выбор и дальнейшее комбинирование представленных выше средств способствует созданию дополнительной

оригинальности и образности, а также выражению разнообразных смысловых нюансов. Цель использования данных средств – привлечь внимание, заинтересовать, выделить среди прочих продуктов, создать запоминающийся образ.

Согласно Е.В. Шелестюк, «суггестивность формальной оболочки текста включает в себя метаграфимику и креолизацию, которые наряду с фоносемантическими и фоностилистическими характеристиками (аллитерация, ассонанс, оноματοпея, рифма, ритм и тому подобное), являются «малыми средствами текстовой локуции» и «играют роль суггестивных «якорей», управляющих произвольным влиянием и запечатлением информации, способствующих реализации целеустановки адресанта».⁹

Разумеется, что в любом тексте воздействие какого-либо фактора существует в разной степени.

1.11. Термины «креолизованный текст», «параграфема». Креолизованный текст в киноафишах

Киноплакаты чаще всего представленные в видеомagasинах, журналах, кинотеатрах и на рекламных щитах, как правило, имеют довольно четкую структуру, что связывает между собой слова и изображения. В столь важные структурные аспекты, связанные непосредственно с текстом на афишах, входят название фильма, имена актеров, режиссер фильма, год выпуска, а также тэглайны. Сами изображения созданы из цветных кадров разнообразных типов, как, например, картины или фотографии. Подобные элементы, как правило, изображены как конкретная сцена или даже набор сцен из конкретного фильма. Словесный текст, наряду с графическим, дополняет данную систему и представляет собой основу афиши.

Термин «креолизованные тексты», иными словами, состоящие из вербальной (речевой, языковой) и невербальной (знаковые системы,

⁹ Шелестюк, Е.В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования. М.: Флинта. 2014. 344 с.

отличающиеся от естественного языка) частей. В определенных случаях термин «креолизованный» заменяется терминами «полемический», «поликодовый». Увеличивающейся ролью визуальной информации и потребностью вспомогательного изучения проблемы воздействующего потенциала паралингвистических средств выражения объясняется их появление.

Поэтапное декодирование – на уровне текста (вербальность) и на уровне других средств выразительности (невербальность) является спецификой креолизованного кинотекста. Такого рода сложность понимания обеспечивает эффективную суггестивную сущность кинотекста.

Тексты, сформировавшиеся с помощью вербальной и невербальной систем, образуют одно структурное, функциональное, смысловое и визуальное целое, всесторонне влияющее на восприятие реципиента. Яркие возможности средств паралингвистики изучаются в сфере отдельного направления в лингвистике – параграфемике, разбирающейся с вопросами паралингвистической организации письменной коммуникации.

Параграфемы находятся рядом с графемной языковой системой, способствуя показу разных смысловых тонкостей и сопровождая вербальную речь. Перечень способов, которые можно было бы принять за параграфемные обширен и не утверждён до конца. Так, разные ученые представляют распределение отталкиваясь от системы установления:

- топографемные средства (плоскостная модификация текста);
- синграфемные средства (знаки пунктуации);
- супраграфемные средства (варьирование шрифта текста).

Также средства паралингвистики могут с разной силой принимать участие в формировании вербального сообщения. Можно обозначить самостоятельные параграфемы (рисунок, фотография) и вспомогательные, то есть, ведущий вербальный поток информации (шрифт, цвет фона). Их функциональная задача, в первую очередь, передача информации (денотативной или коннотативной), также приспособлена к изменениям в зависимости от текстового характера, вида взаимодействий между визуальной

и вербальной частями (тексты с нулевой, частичной или полной креолизацией) и ряда используемых паралингвистических средств. Языковым сообщением могут дублироваться и подкрепляться зрительные образы, соотнесенные между собой косвенно, обозначая разные денотаты.

ГЛАВА II.

Средства языковой выразительности в португалоязычных тэглайнах к кинофильмам.

Тэглайн к кинофильму по своим характеристикам сближается с лозунгом или девизом. Здесь в синтетическом виде – кратко, но ёмко – отражается содержание фильма, его замысел и его жанровые характеристики. Языковые средства выразительности тэглайна обусловлены его основными функциями: экспрессивной – привлечение внимания потенциального зрителя; эмоциональной – воздействием на потенциального зрителя; информативной – передача основной информации о содержании фильма.

Наше исследование показало, что одними из наиболее частых приёмов, используемых в тэглайнах, являются синтаксические, а точнее – повествовательные предложения.

Как известно, предложение – основная единица синтаксиса, служащая целям общения. В содержательном отношении предложение всегда соотносено с действительностью.

2.1. Сложные предложения

2.1.1. Биографическая драма “Snu” («Сну», реж. Патрисия Секейра, 2019 год). В центре сюжета: роман Франсишку Са-Карнейру – португальского политика, католика и Сну Абекассиш – датчанки, основателя издательства «Дон Кишоте». Их роман меняет всю историю. В данном фильме даётся отдельно биография Са Карнейру, отдельно биография Сну Абекассиш и их совместная биография в историческом контексте своего времени.

В качестве тэглайна к данному фильму выступает следующая фраза: *A história de amor que mudou Portugal* («История любви, которая изменила Португалию»). Эта фраза в концентрированном виде предлагает зрителю своеобразный пересказ сюжета фильма и даже целого временного отрезка

(1970-1980-е годы). Данное предложение состоит из двух равных частей: первая – главное предложение, это история любви, которая находит в фокусе влияния фильма; вторая – придаточное предложение, где дополнительная информация отсылает зрителя к реальному историческому времени с перспективой на будущее (изменения в политике, мировоззрении, системе ценностей португальцев). Имя существительное «*história*»¹⁰ несет в себе двойную смысловую нагрузку: это одновременно события, происходившие в самой Португалии в то время, и «история» - развитие отношений между главными героями. Она – иностранка, он – гражданин Португалии, в фильме показано сочетание двух разных миров, которое повлекло за собой общественно-политические изменения в Португалии и психологические, мировоззренческие изменения португальцев.

Смысл фразы представляет собой ретроспективный взгляд в прошлое и даёт понять зрителю, что история любви этих двух персонажей стала важным, переломным моментом в истории развития страны. Таким образом, в тэглайне соединено частное и общее: частная жизнь и общее страны.

2.1.2. В 2018 году Роберто Сантуччи снимает комедию - «*O candidato honesto 2*» («Честный кандидат 2»). Это продолжение истории Жуана Эрнесто, который решает снова баллотироваться в президенты.

Тэглайн к сиквелу отличается от тэглайна первой части дилогии: *Ele mudou, mas continua o mesmo* («Он изменился, но продолжает быть тем же»). Как и в первой части, в тэглайне используется местоимение *ele*, чтобы ввести фигуру главного героя. становится понятно, что в данном фильме будет продолжаться история главного героя, Жуана Эрнесто. Местоимение *ele* показывает, что зритель уже знаком с главным героем из предыдущего фильма, дальнейшее пояснение не требуется. Использование глагола *mudar* в Pretérito Perfeito do Indicativo показывает, что с главным героем произошли значимые события, которые полностью изменили ход сюжета. Однако использование во

¹⁰ História f 1) история; 2) рассказ, повесть, история; 3) разг. басни, рассказы, сказки.

второй части тэглайна глагола *continuar* в настоящем времени изъявительного наклонения и местоимения *mesmo* с определенным артиклем отсылает к сюжету, показывая, что главный герой останется прежним, однако изменится мир вокруг него.

2.1.3. «Cidade de Deus» («Город Бога») – это криминальная драма, вышедшая на экраны в Бразилии в 2002 году. Фильм был снят Фернанду Мейреллишем и Катей Лунд. Сюжет развивается в Бразилии в 60-е годы XX века. Cidade de Deus – криминальный квартал в Рио-де-Жанейро, в котором пытаются выжить главные герои.

Рассмотрим тэглайн данного фильма: *Se correr o bicho pega. Se ficar o bicho come* («Если побежишь, тебя схватят. Если будешь стоять, сожрут»). Тэглайн представляет собой два сложных предложения, которые являются условными предложениями первого типа и построены по одной схеме: в придаточном предложении, начинающемся с союза *se*, стоит Futuro do Conjuntivo, а в главном – Presente do Indicativo. Два подобных условных предложения предполагают выбор и результат выбранного действия. Интересно, что глаголы в придаточных предложениях являются полностью противоположными по смыслу: в первом случае это глагол *correr* (*бежать*), во втором – *ficar* (*быть, оставаться*), соответственно, значения предложений тоже несут разные смыслы. Помимо этого, интересно употребление слова *bicho* (*словарное значение – животное, зверь, зверек*) поскольку оно является сленговым вариантом, эквивалентом русского «чувак».

Из смысла тэглайна становится понятно, что у героев нет выбора, получается замкнутый круг.

2.2. Простые предложения

Рассмотрим фильмы, тэглайны к которым представляют собой простые предложения.

2.2.1. Фильм «4 copas» («4 масти», режиссер Мануэл Мосос, 2008 год) снят в жанре «драма», «мелодрама».

Тэглайном фильма является фраза: *O amor é uma invenção da nossa cabeça* («Любовь – это порождение нашей головы»). Сюжет развивается вокруг Дианы, девушки, которая ищет настоящую любовь, ту любовь, которую она видит в отношениях своего отца с мачехой. Однако вскоре Диана узнает, что у мачехи есть любовник и что она бросает отца ради него. Использованное в названии слова *copas* (*пер. черви*) относится к слову масть, которых в картах четыре (*paus, ouros, copas, espadas*), как и главных героев в фильме (Диана, ее отец, мачеха, ее любовник). Также одна из мастей, которая вынесена в название – черви – соотносится со словом *amor* в тэглайне, что позволяет понять, что в основу фильма легла романтическая линия. Кроме того, в тэглайне есть противопоставление *amor – cabeça*, то есть дихотомия чувства – разум. Сам тэглайн представляет собой простое предложение. Использование абстрактного существительного *amor* с определенным артиклем противопоставляется довольно конкретному существительному *invenção* с неопределенным артиклем. Употребление местоимения *nossa* в тэглайне как бы приглашает зрителя стать частью сюжета и фильма в целом.

2.2.2. Драма «E o tempo passa» («А время идет») португальского режиссера Альберто Сейшаш Сантуша (2011 год) рассказывает о Терезе, молодой актрисе. Неожиданная встреча с бывшим любовником пробуждает в ней давно забытые воспоминания, заставляя сомневаться не только в своей личной жизни, но и в выборе карьеры.

Рассмотрим тэглайн фильма: *De tudo se faz o mundo* («Из этого состоит наш мир»). Название фильма и тэглайн имеют философскую окраску. В тэглайне и названии фильма используются утвердительные предложения.

Употребления абстрактных понятий *tempo*, *mundo*, а в тэглайне также безличной конструкции *se faz* только усиливает интонацию утверждения. В целом, тэглайн подразумевает меланхолическую абстрактность.

2.2.3. Фильм «A morte te dá parabéns» («Счастливого дня смерти», 2017 года), режиссера Кристофера Лэндона, относится к жанрам ужасы и комедия.

В центре сюжета история молодой девушки-студентки. Каждый в университете мечтал попасть на день рождения героини, но праздник был безнадежно испорчен незнакомцем в маске, убившим виновницу торжества. Однако судьба преподнесла имениннице леденящий душу подарок — бесконечный запас жизней. И теперь у девушки появился шанс вычислить своего убийцу, поскольку этот день будет повторяться снова и снова.

Тэглайн данного фильма: *Acorde. Viva seu dia. Morra. Comece tudo de novo* («Проснись. Проживи день. Умри. Начни все сначала»). Перечисление глаголов в коротких и емких определенно-личных предложениях напоминает распорядок дня и позволяет предположить сюжетную канву фильма. В тэглайне заключен краткий сюжет самого фильма и основная идея: девушка должна разорвать временную петлю, в которой она застряла. В тэглайне используется глагол *morrer* (*vi* 1) умирать, погибать; чахнуть; 2) прекращаться, исчезать; 3) томиться, страдать; 4) гаснуть, слабеть, замирать; 5) впадать, вливаться (*o реке*); б) теряться, исчезать из поля зрения (*o тропинке и т.п.*); - *se* 1) скончаться, умереть; 2) терзаться; 3) страстно желать; 2. *m* смерть.), который, во-первых, объединяет сам тэглайн и название фильма, так как в названии употребляется однокоренное слово *morte*, а во-вторых, соотносится и с жанром, который указан, как фильм ужасов. Помимо этого, существительное *dia* в тэглайне означает не просто день, а день рождения, что объясняет использование существительного *parabéns* (*поздравления*) в названии. Использование глаголов в повелительном наклонении в каждом из четырех коротких предложений погружает человека в ткань сюжета и делает активным участником событий. Тэглайн представляет собой четыре коротких предложения. Первое и третье

представляют собой единое действие, второе и четвертое – распространенные предложения. Из этого можно сделать вывод, что тэглайн основывается на синхронизации, которые сбалансированно сочетаются друг с другом.

2.2.4. Рассмотрим драму «Jaime» («Жайме», 1999 год) режиссера Антониу-Педру Вашконселуш с тэглайном: *os homens não se medem aos palmos* («Мужчина измеряется делом»). Действия сюжета развиваются в городе Порту, Португалия. Жайме, мальчик 13 лет, убежден, что его родители развелись. В тайне от своей матери мальчик ищет работу для того, чтобы купить отцу новый мотоцикл, чтобы они наконец смогли решить все проблемы и снова жить вместе.

Сам тэглайн – это устойчивое предложение, благодаря которому понятно, что в сюжете пойдет речь о каком-либо подвиге или значительном для человека событии. Тэглайн позволяет соединить название фильма – Жайме – имя главного героя, из него становится понятно, что именно он совершит нечто необычное, из-за чего его можно будет назвать настоящим мужчиной, как раз данная история и рассказывается в самом фильме.

2.2.5. Фильм «Fátima» («Фатима»), снятый Жуаном Канижу в 2017 году, является комедией и имеет следующий тэглайн: *A viagem de 11 mulheres ao longo de 9 dias e 400 km até chegarem a Fátima* («Путешествие 11 женщин на 9 дней и 400 км до того, как они придут в Фатиму»). Сюжетная линия разворачивается в мае 2016 года, когда группа из одиннадцати женщин-паломниц отправляется из северной португальской деревни Виньяйш в Фатиму. За девять дней им предстоит пройти четыреста километров и пересечь половину страны, преодолевая трудности ради данных обетов. Тяготы и лишения не раз испытают их на прочность. Долгое путешествие поможет им познать самих себя и укажет на истинные причины их паломничества. Дойдя до Фатимы, каждая из них должна будет найти свой путь к искуплению.

Тэглайн заключает в себе всю точную информацию о фильме, все параметры: количество человек (11 женщин), их задача, количество дней (9), количество километров (400), которые необходимо пройти. Слово *fátima* может трактоваться 2 способами: во-первых, это название населенного пункта, в который должны прийти женщины. а во-вторых, это слово обозначает целый культурно-религиозный ритуал и феномен, совпадает с путем, который должны пройти паломницы, в некоторой степени являясь синонимом слова *destino* – судьба (*destino m 1*) судьба, рок, участь; 2) назначение, применение; 3) место назначения). Сам город Фатима стал известным и посещаемым после явления Богородицы трем детям. Данное событие признано католической церковью истинным чудом. Именно три откровения или предсказания Девы Марии привлекают внимание паломников. В каждой части описывались ужасные видения из будущего. Ежегодно 13 мая в Фатиму со всего мира приезжают сотни тысяч католиков, поскольку город признан духовным центром Португалии. Именно после этого паломничества должна измениться судьба женщин.

2.3. Драма «Pedro e Inês»

Рассмотрим отдельно экранизацию португальской исторической драмы о короле Педру и его избраннице Инеш де Каштру.

Это история короля Португалии Педру I и знатной кастильской дамы Инеш де Каштру, которая сначала была фрейлиной его жены, королевы Конштансы, а затем стала его официальной фавориткой. Педру и Инеш также называют португальскими Ромео и Джульеттой, чья страсть привела к ухудшению отношений с Кастилией. Король Афонсу IV, отец Педру, не одобрял этой связи и в итоге приказал убить Инеш. Став королем Португалии в 1357 году, Педру объявил, что после смерти своей жены он тайно женился на Инеш, и она по праву является законной королевой Португалии. После чего тело Инеш подняли из могилы, и весь двор должен был присягнуть на верность «Мёртвой королеве».

Португальская драма «Pedro e Inês» («Педру и Инеш»), снятая Антониу Феррейрой, вышла в прокат в 2018 году. Данный кинофильм представляет собой экранизацию романа Розы Лабату Фариш «Trança de Inês», основанного на реальной истории. В основе фильма лежит известная легенда о любви королевского наследника Педру и Инеш де Каштру, а сюжетная линия разворачивается в трех разных временных промежутках: в прошлом, настоящем и воображаемом будущем, но главные герои в каждой истории не меняются.

Интересно, что к этому фильму было подготовлено несколько афиш. Рассмотрим эти афиши и сравним их тэглайны.

Тэглайн первой афиши: *Até onde te leva o amor?* («Куда тебя приведет любовь?»)

Первый тэглайн представляет собой риторический вопрос. То есть, имеется в виду, до какой степени абсурда может привести любовь, страсть? Интересно, что тэглайн иллюстрирует подлинную историю любви короля Педру и Инеш де Каштру.

Вопросительное слово *onde* и глагол *levar* соотносятся с сюжетом, в котором зритель попадает в три разные эпохи.

Тэглайн второй афиши: *A mais gloriosa história de amor portuguesa* («Самая известная история португальской любви»).

Употребление во втором тэглайне прилагательных *gloriosa* и *portuguesa* показывает, что эта история любви, произошедшая в Португалии, известна по всему миру.

Отметим, что и первый, и второй тэглайн затрагивают тему любви, используя существительное *amor*, что совпадает с сюжетом фильма, в основе которого лежит история любви. Оба тэглайна представляют собой простые предложения. Употребление в нем превосходной степени сравнения прилагательного (*a mais gloriosa*) показывает, что история главных героев известна по всему миру.

При сравнении этих тэглайнов можно сделать вывод, что наиболее сложным по своему смыслу предстает первый тэглайн, так как представляет

собой риторический вопрос без ответа и подразумевает широкое знание исторического контекста для полного понимания смысла.

2.4. Назывные предложения

С неопределённым артиклем

2.4.1. Тэглайном к португальской комедии «Ramiro» («Рамиру», 2017 год, режиссер Мануэл Мозуш) является фраза: *uma comédia delicada* («Тонкая комедия»). Сюжет фильма разворачивается вокруг Рамиру, лиссабонского букиниста и не очень талантливого поэта, чья жизнь проходит либо в книжном магазинчике, либо в баре. Все свободное время он проводит со своей собакой, друзьями или соседями. Это продолжается до тех пор, пока однажды вся его привычная жизнь рушится из-за необъяснимых событий.

Тэглайн намекает на то, о чем пойдет речь в фильме: с Рамиру случится что-то необычное, что выбивается из его привычного уклада жизни, возможно, какая-то щекотливая ситуация, на что указывает прилагательное *delicado*, одним из определений которого является «щекотливый, деликатный» (*delicado adj* 1) нежный, тонкий; изящный; 2) тонкий, искусный; 3) тонкий, утонченный; 4) слабый, хрупкий; 5) чуткий, деликатный; 6) щепетильный; 7) щекотливый, деликатный). В тэглайне упоминается жанр фильма – комедия. Использование неопределенного артикля *uma* показывает, что это одна из подобных историй, которая когда-либо происходила с главным героем. Из названия же совершенно невозможно понять, как будет развиваться сюжет, поэтому тэглайн является своеобразной связкой между названием и сюжетом, намекая, что та самая щекотливая история произошла с Рамиру, чье имя и заключено в названии.

2.4.2. «Memórias do Carcere» («Воспоминания из тюрьмы») – бразильский драматический фильм 1984 года режиссера Нельсона Перейры душ Сантуша, основанный на одноименном автобиографическом романе Грасилиано Рамоса о времени его заключения в так называемый период «Эра Варгаса».

В центре сюжета – Рамос, которого несправедливо осуждают, после чего помещают в тюрьму, где он живет с ворами и опасными убийцами. Он пишет об ужасных условиях и жестоком обращении с заключенными в тюрьме, и с помощью своей жены и друзей ему удается опубликовать свои произведения.

Тэглайн представляет собой простое назывное предложение: *Uma história de amor à liberdade* («История любви к свободе»). Основным является противопоставление слов *carcere – liberdade*, на котором и основывается развитие сюжета. Неопределенный артикль *uma* в тэглайне показывает, что это всего лишь одна из подобных историй. В тэглайне заключена двойная мысль: *história de amor* и *amor à liberdade*. Они связаны между собой, любовь рассматривается как роман и как стремление к свободе, в итоге складывается история движения к свободе. Также употребление в названии фильма слова *memórias* во множественном числе можно трактовать не как воспоминания главного героя, а отсылку к написанным произведениям, мемуарам. Данный жанр – *memórias* – нарративный, автобиографичный и используется довольно часто, например, в романе Машаду де Ассиза «*Memórias póstumas de Brás Cubas*».

2.4.3. Бразильский документальный фильм Сильвио Тендлера «*Os anos JK*» («Года ЖК») вышел в 1981 году.

Тэглайном к данному фильму служит фраза: *Uma trajetória política* («Политическая траектория»), которая считается подзаголовком фильма. Это документальный фильм об истории Бразилии с 1945 по 70-е годы, в котором основное внимание уделяется президенту Жуселину Кубитчеку, его политическому курсу, его философии экономического развития, а также его последние годы, после военного переворота, когда он был лишен политических прав и отправлен во временную ссылку. Поскольку фильм является документальным и основывается на политической деятельности Жуселину Кубитчека, то употребление прилагательного *político* абсолютно обоснованно. Помимо этого, существительное *trajetória* (траектория, то есть направление,

курс в его политике) употребляется для описания его деятельности и опять же указывает на политическую карьеру главного героя. Определенный артикль *uma* в данном случае является родовым и показывает, что эта уникальная история.

2.4.4. Драма Маркоса Жорже «*Estômago*» («Желудок») вышла в 2008 году. История разворачивается вокруг Раймунду Нонато, мигранта с северо-востока Бразилии, который переезжает в большой город в поисках лучшей жизни и новых возможностей. Он изучает профессию повара, в итоге получает должность шефа в одном ресторане. Его жизнь изменяется, когда он связывается с проституткой Ирией. Действие фильма развивается между нынешним пребыванием Нонато в тюрьме и его прошлой жизнью в большом городе.

Рассмотрим тэглайн фильма: *Uma fábula nada infantil sobre poder, sexo e gastronomia* («Совсем недетская басня о власти, сексе и гастрономии»). В фильме затрагивается тема гастрономии, кулинарии, подтверждение которой мы видим в тэглайне в слове *gastronomia* и названии фильма - *estômago*. Интересен выбор именно этого слова для обозначения «желудка», поскольку в португальском языке довольно много других вариантов, например: *barriga*, *ventre*, *pança*, *bucho*, *abdome*. Вариант *estômago* несет более «натуралистическое» значение по сравнению с другими, что косвенно связано с лексикой, использованной в самом тэглайне, так как еда и желудок имеют прямую связь между собой с физиологической точки зрения. Кроме того, в тэглайне присутствует противопоставление *fábula – nada infantil*, поскольку литературный жанр басни в большей степени нацелен на детскую аудиторию, в то же время используется прилагательно с отрицанием – *недетский*. Использование неопределенного артикля *uma* выделяет эту историю. Из ряда подобных ей. Перечисление существительных в тэглайне является своеобразной схемой фильма.

2.4.5. Премьера бразильского драматического фильма «Praia do Futuro» («Прайя-де-Футуру»), снятого Каримом Айноузом, состоялась в 2014 году. В фильме, снятом в Форталезе и Берлине, главный герой Донато работает спасателем на Прайя-ду-Футуру. Когда немецкий турист тонет, Донато чувствует, что его смерть была ошибкой и отправляется в путешествие, чтобы сбежать от своего настоящего. Донато отправляется в Берлин, чтобы найти своего любовника – Конрада, которого он спас на этом же пляже десятью годами ранее. Куда бы главный герой не уезжал, младший брат всегда пытается вернуть его домой.

Тэглайн данного фильма: *Um herói partido ao meio* («Герой наполовину»). Название фильма – географическое название, где происходят значимые для главного героя события. Использование существительного с неопределенным артиклем в тэглайне *um herói* в связи с названием фильма позволяет понять, что главный герой поведет себя храбро, как настоящий герой. Также использование причастия прошедшего времени *partido* с наречием *ao meio* имеет прямую связь с сюжетом фильма, рассказывая о событии, которое произошло с главным героем в прошлом и оказало сильное влияние на него. В основе тэглайна лежит метафора и дословно он имеет значение – герой наполовину; герой, разделенный пополам.

2.4.6. Обратимся к драме Карлоса Коэльи да Силвы «O crime de padre Amaro» («Преступление падре Амару»), 2005 год. Тэглайн фильма: *uma história de amor e desejo* («История любви и страсти»).

В центре сюжета Амару – молодой святой отец, недавно окончивший семинарию, который едет в Лиссабон заменить почившего отца на его месте. Приход, который занимает Амару, находится в преступном районе. Под покровительством своего профессора Амару поселяется в доме набожной Жуанейры, где и встречает Амелию – девушку чувственную и обольстительную, которая будит в Амару совершенно новые и ранее неизвестные чувства. В фильме, основанном на романе Эсы де Кейроша

«Преступление падре Амару»¹¹, рассказывается история запретной любви священника к девушке. Сам роман был впервые опубликован в 1875 году и стал первым произведением, в котором осуждалась коррупция священников, манипулирующих простым населением в пользу элиты, а также поднималась проблема обета безбрачия духовенства. Этой книгой Эса де Кейрош открывает в прозе эстетику реализма-натурализма в Португалии. Для произведения характерна борьба с установленным до того времени романтическим идеализмом в пользу более критического взгляда на общество. Окончательная версия романа была опубликована в 1880 году.

Использование слов *amor* и *desejo* раскрывает основную задумку автора, проводя черту и разделяя платоническую и физическую любовь, которая в последствие приводит к преступлению, что отражено в названии фильма (*crime*). Тэглайн восстанавливает цепочку, причинно-следственную связь с названием *amor – desejo – crime*, то есть происходит усиление чувственности, которое в конце приводит к преступлению. Неопределенный артикль *uma*, использованный в тэглайне, показывает, что это не единственная история, а всего лишь одна из подобных. Жанр фильма, драма, вместе с тэглайном показывают, что это будет трагичная история любви, мучавшая главных героев.

Здесь, как и в предыдущем случае, повторяется существительное “*história*”. Подразумевается «повествование», «нарратив». Тэглайн выступает в роли определения, пояснения к фильму, становится продолжением названия.

2.4.7. Драматический боевик Жозе Падильи «*Tropa de elite*» («Элитное войско», 2007 год) снят по одноименному бестселлеру Луиша Эдуарду Соареша. Кинолента повествует о капитане спецподразделения военной полиции Рио-де-Жанейро (ВОРЕ)¹², обучающем двух новобранцев, которые должны стать его преемниками.

¹¹ Queirós, Eça de. O Crime do Padre Amaro. 12^a ed., São Paulo: Ática, 1998.

¹² ВОРЕ – Батальон Специальных Полиций Операций (порт. Batalhão de Operações Policiais Especiais). Это элитное специальное подразделение военной полиции в Бразилии (штат Рио-де-Жанейро). Основная их деятельность заключается в участии в спецоперациях в городских фавелах с ведением уличных боев.

Тэглайн фильма представляет собой два предложения, которые логически связаны между собой: *Uma guerra tem muitas versões. Esta é a verdadeira* («У войны много версий. Эта самая настоящая»). В названии фильма и тэглайне есть слова, объединенные одной тематикой – *tropa u guerra*, благодаря чему мы предугадываем жанр фильма и основной сюжет. Использование неопределенного артикля *uma* позволяет нам понять, что речь идет о войне как о родовом понятии и несет в себе значение как «любая» (в данном контексте – война). Кроме того, использование указательного местоимения *esta* логически развивает мысль первого предложения в тэглайне, так как отсылает к слову *versão* в первом предложении. Данное местоимение намекает на то, что существуют разные версии войны, и та, которую мы видим в фильме, возможно самая невероятная, и есть правдивая (*verdadeira*).

С определённым артиклем

2.4.8. Рассмотрим португальский биографический фильм «Zeus» («Зевс»), снятый режиссером Паулу Филипе Монтейру в 2017 году.

В фильме рассказывается о национальном герое Португалии – Мануэле Тейшейре Гомеше, седьмом президенте Первой Португальской республики, который после 26 месяцев пребывания в должности решает оставить все и спонтанно отправиться путешествовать по миру на борту корабля «Зевс».

Тэглайном к этому фильму служит короткая фраза: *As viagens de Teixeira Gomes* («Путешествия Тейшеры Гомеша»). Существительное во множественном числе *as viagens* связывает сюжет фильма и название, поскольку главный герой отправляется в свои многочисленные путешествия именно на корабле «Зевс». Кроме того, в тэглайн вынесено имя главного героя – Тейшейра Гомеш, что должно настроить знающего читателя-зрителя на то, что в основу сюжета фильма положены биографические моменты исторической личности, известной в Португалии.

2.4.9. Совместной работой бразильских режиссеров Марины Мелианде и Фелипе Брагансы стала драма «*A alegria*» («Радость», 2011 год). В центре сюжета Луиза, 16-летняя девочка, которая живет со своей матерью. Однажды ее двоюродный брат Жуан исчезает. Все, кроме Луизы, думают, что Жуан был убит. Но однажды Жуан навещает свою двоюродную сестру и остается у неё, чтобы поправиться после ранений под присмотром Луизы и ее друзей.

Тэглайном к фильму служит следующая фраза: *O filme de super-heróis* («Фильм о супер-героях»). В названии фильма используется абстрактное понятие *alegria*, что, в целом, соотносится со словом *super-heróis* в тэглайне фильма, поскольку принято считать, что задача супергероев – бороться со злом и тем самым приносить людям радость. Однако жанр фильма – драма – показывает, что речь пойдет не о каких-либо вымышленных персонажах, а о настоящих людях, столкнувшихся со сложной ситуацией в жизни. В данном тэглайне используется определённый артикль, поскольку речь идёт о конкретном фильме, именно об этом фильме. В этом случае артикль выступает в роли указательного местоимения, детерминатива.

2.4.10. Второй совместной работой бразильских режиссеров Марины Мелианде и Фелипе Брагансы стал мюзикл «*A fuga da mulher gorila*» («Побег женщины-гориллы», 2012 год). По сюжету две сестры решают отправиться в автомобильное путешествие в окрестностях Рио-де-Жанейро. По дороге они подбирают актера, который тоже хочет посмотреть штат. Остановившись в городах, трио устраивает шоу – цирк мамбембе¹³, в котором они переодеваются в горилл и пугают публику.

Тэглайн представляет собой назывное предложение, состоящее из ряда однородных существительных с определённым артиклем, несущим родовое понятие: *A Fuga, a Raiva, a Dança, a Banda, a Voca, a Calma* («Побег, Ярость, Танец, Компания, Рот, Спокойствие»), которые напрямую связаны с сюжетом

¹³ Мамбембе браз. 1. m 1) необитаемое место, глушь; 2) бродячий цирк, обычно бедный, сформированный актерами-любителями, которые странствуют по городам; 2. adj посредственный, заурядный.

фильма и представляют основную последовательность событий. Данные существительные, показывают характеристику героев и характеристику фильма (название, сюжет, жанр). Кроме того, в тэглайне на первом месте стоит слово *fuga* из названия фильма, как бы подхватывая его, что связывает между собой тэглайн с сюжетом и названием фильма. Благодаря использованию в назывных предложениях определенных артиклей с родовым значением выделяется каждое существительное.

Без артикля

2.4.11. «Njinga. Rainha de Angola» («Жинга. Королева Анголы») – ангольский исторический эпический фильм 2013 года режиссера Сержиу Грасиану. В фильме рассказывается история, как в 17 веке женщина-воин борется за независимость Анголы. Увидев убийство своего сына и увидев, как португальские колонизаторы унижают ее народ, Жинга станет королевой и будет бороться за свое освобождение, воплощая девиз: те, кто останется, сражаются ради победы.

Тэглайном к фильму служит следующая фраза: *Mulher. Guerreira. Rainha.* («Женщина. Воительница. Королева»). Историки давали очень противоречивые оценки личности королевы. Одни рассматривали ее, как коварную и жесткую королеву варваров, после борьбы за независимость в Анголе ее стали называть национальной героиней, борцом за права женщин. В названии фильма заключено имя главной героини, а также ее титул, который затем повторяется и в тэглайне, что делает акцент именно на том, что правителем стала женщина. Интересно, что в тэглайне употребляются существительные, описывающие изменение статуса женщины в течение времени правления. Кроме того, существительное *guerreira* образовано от существительного мужского рода, что справедливо назвать неологизмом, так как специального термина для названия данного рода деятельности женщин не существовало. Стоит отметить, что в данном тэглайне происходит разделение одного высказывания на несколько

отрезков, что делает данную фразу более эмоционально окрашенной, что как раз подходит под сюжет фильма.

2.5. Использование сослагательного и повелительного наклонений

2.5.1. Комедия Роберто Сантуччи «O candidato honesto» («Честный кандидат», 2014 год) рассказывает о Жуане Эрнесто Рибамаре - коррумпированном политике, кандидате в президенты республики. Он уже прошел во второй тур, но прямо перед голосованием получил проклятье от бабушки, из-за которого больше не может лгать. Возникает проблема: как выиграть выборы, говоря только правду?

Рассмотрим тэглайн фильма, и как он связан с названием и сюжетом: *Ele é político. Ele é honesto. Acredite se quiser* («Он – политик. Он – честный. Верьте, если хотите»). Название фильма несет ироническую окраску. В самом названии фильма возникает противоречие *candidato – honesto*. Весь фильм строится на стереотипном мнении о политиках, и в рамках политического дискурса высмеивается то, что политика строится на демагогии, отчасти преувеличении, дачи заведомого невыполнимых обещаний; и данная мысль в комедии лишь усиливается.

В тэглайне мы видим описание главного героя, которое также складывается в противоречие *político– honesto*. Сам тэглайн строится из двух простых предложений и одного сложного. Интересно, что первые два описательных предложения начинаются с одних и тех же слов (*ele é...*) и представляются собой анафору. С точки зрения логики, они представляют следующую схему: посылка-посылка-силлогизм. Первые два предложения представляют собой утверждения, факты, для их выражения использовано настоящее время изъявительного наклонения (*Presente do Indicativo*). Для третьего предложения в тэглайне, сложноподчиненного, – *acredite se quiser* – используются будущее время в условном наклонении (*Futuro de Conjuntivo*). Данное предложение является неким выводом из предыдущих двух. Использование условного наклонения оставляет определенную

недосказанность и в то же время позволяет авторам обратиться к зрителю и позволить ему самому предположить, как будут развиваться события.

2.5.2. Драма «VIPs» («ВИПы») Тонику Мелу вышла на экраны в 2011 году. Данный фильм основан на книге Марианы Калтабьяну «Histórias Reais de um Mentiroso», рассказывающей реальную историю Марсело Нашсименту Роша, преступника, прославившегося тем, что выдавал себя за нескольких человек.

Тэглайном к данному фильму служит фраза: *Quem você quer que ela seja?* («Кем ты хочешь, чтобы она была?») В основе сюжета Марсело, который не может жить со своей собственной личностью, что заставляет его примерять на себя личности других. Это приводит к тому, что у него есть несколько личностей с самыми разными характерами. Мечтая стать пилотом самолета, как его отец, он предпринимает многочисленные попытки в этом и попадает в бесчисленные приключения. Одно из самых известных - когда он выдает себя за сына владельца авиакомпании во время карнавала.

В названии фильма употребляется заимствованное существительное во множественном числе. Тэглайн же в свою очередь представляет собой вопросительное предложение с вопросительным словом *quem*, что отсылает к существительному в названии. Также употребление сослагательного наклонения показывает, что ситуация данная ситуация гипотетическая.

2.5.3. Фильм «O palhaço» («Клоун»), снятый Селтоном Мелу в жанре приключения-драма, вышел в 2011 году. Сюжет развивается вокруг Бенджамина и его отца Вальдемара, которые составляют забавный дуэт клоунов и работают в собственном цирке уже 70 лет. Но Бенджамин решает покинуть цирк и отправиться в новое приключение, чтобы осуществить свою большую мечту.

Рассмотрим тэглайн: *Venha rir e se emocionar com esse espetáculo* («Вы будете смеяться и проникнитесь этим выступлением»). Название фильма и

тэглайн затрагивают тему смеха и цирка, что подтверждается употреблением слов *palhaço* и *rir*. Употребление слова *espetáculo* может употреблено в двух значениях: первое – спектакль в цирке, который обычно показывал главный герой; второе – спектакль или же шоу, которое он устроил, кардинально изменив собственную жизнь. Также можно рассмотреть использование слова *espetáculo*¹⁴ в широком значении, как определенное «действие», которое связывает между собой название (*palhaço*) и сюжет фильма. Кроме того, использование глагола *vir* в повелительном наклонении (*venha*) показывает уверенность, что эта история точно окажется интересной для зрителя и является призывом к зрителю.

2.6. Глагольные перифрастические конструкции

2.6.1. Историческая драма «Treblinka» («Треблинка»), снятая Сержиу Трефо, вышла на экраны в 2016 году. Тэглайном фильма следующий: *Tudo volta a acontecer* («Все повторится снова»).

В основе сюжета – интервью с двумя выжившими из концентрационного лагеря Треблинка, вспоминающими свою жизнь там и побег. Изучая тэглайн фильма, мы видим, что он основан на использовании лексикализованной перефразы *voltar a + inf (voltar a acontecer)* с временным значением, которая также обозначает повторение во времени. Интересно, что данная перефраза употребляется в настоящем времени. Помимо этого, стоит заметить, что тэглайн связан с сюжетом, поскольку то повторение, на которое указывает фраза *tudo volta a acontecer* – это воспоминания главных героев фильма о своем пребывании в концлагере. Также интересно использование глагола *voltar*, который является часть перефразы, но, с другой стороны, и в самом себе несет значения возвращения к чему-либо.

¹⁴ Espectáculo m 1) зрелище, вид; 2) спектакль, представление; 3) сцена, скандал.

2.6.2. «Quem és tu?» («Кто ты?», 2001 год) – историческая драма Жуана Ботелью, являющаяся экранизацией пьесы Алмейды Гарретта «Frei Luís de Sousa». Несмотря на некоторые изменения в ходе повествования, суть сюжета остается. Съемки фильма при слабом освещении и всегда в помещении также сами по себе являются частью истории, поскольку они стремятся все больше изолировать персонажей до такой степени, что те остаются «в тупике». Данный кинофильм – это историческая классическая драма в трех действиях, пересказанная по оригинальному прологу о снах и кошмарах тринадцатилетней благородной героини Марии де Нороньи.

Рассмотрим тэглайн к данному фильму: *Há-de saber-se no mundo que ainda há um português em Portugal* («В мире должны знать, что есть ещё португалец в Португалии»). Тэглайн представляет собой сложноподчиненное предложение, однако каждая часть предложения является безличной. В первой части используется конструкция долженствования *haver de + inf*, кроме того, инфинитивом в этой конструкции употребляется с неличной частицей *se*. Во второй части предложения также используется глагол *haver* в 3 лице единственного числа. Использование неопределенного артикля как родового понятия во фразе *um português* также несет оттенок неопределённости в данном тэглайне.

2.7. Использование степеней сравнения

2.7.1. Документальный драматический фильм «As cores da serpente» («Цвета змеи») режиссера Жуки Бадаро вышел в 2019 году в Анголе. Он представляет собой запись истории Coletivo Murais da Leba, крупнейшего граффити-мероприятия в Африке. Серра-да-Леба, состоящий из провинций Уила и Намибе, имеет 30-летнюю историю войны. Стремясь сохранить связь с традициями и происхождением, группа ангольских художников пытается расписать более шести тысяч квадратных метров стен, окружающих этот регион.

Тэглайном к фильму служит следующая фраза: *A maior intervenção de grafite de África* («Самое масштабное выступление в Африке»). Тэглайн и название данного фильма совершенно не связаны между собой. Из тэглайна становится известно о событии, которое происходит в Африке, о масштабе данного мероприятия, о чем говорит использование относительной превосходной степени прилагательного *a maior*. Существительное *intervenção* используется как выступление, поскольку это своеобразное заявление, протест, связанный с историческими событиями того региона (*intervenção* f (pl -ões) 1) вмешательство; 2) интервенция; 3) посредничество; 4) выступление).

2.7.2. В 1962 году Роберто Фариас снимает боевик «*O assalto ao trem pagador*» («Нападение на почтовый поезд»), основанный на реальных событиях. Фильм рассказывает о знаменитом ограблении почтового поезда на главной железной дороге Бразилии, которое произошло 14 июня 1960 года недалеко от станции Джапери.

Рассмотрим тэглайн фильма: *O filme que todos esperavam: a violenta história do mais audacioso assalto praticado no Brasil!* («Фильм, который ждали все: жестокая история самого дерзкого нападения, когда-либо происходившего в Бразилии!») Тэглайн состоит из сложного предложения, которое констатирует факт произошедшего события. Тэглайн в данном случае служит определенной рекламой фильма, призывая зрителей смотреть его. Для это используется местоимение *todos*, показывая востребованность фильма. Кроме того, для этой же цели служит использование глагола *esperar*. Употребление превосходной степени прилагательного (*do mais audacioso assalto*) и восклицательного предложения отражают уникальность случая, намекая, что подобной истории ранее не было. Использование слов с негативной коннотацией *violenta*, *assalto* показывают, о чем будет данный фильм, что соотносится с жанром фильма – боевик.

2.8. Градация

2.8.1. «Xingu» («Шингу») - бразильский драматический фильм 2011 года, снятый Цао Амбургером. Действие киноленты происходит в 1940-х годах, когда братья Виллаш-Боас - Клаудио, Леонардо и Орландо - отправляются в исследовательскую экспедицию на реку Шингу. Они вступают в контакт с местными племенами, учатся жить в тропических лесах и убеждают правительство основать национальный парк Шингу.

Рассмотрим тэглайн: *Três irmãos, dois mundos, uma missão* («Три брата, два мира, одна миссия»). Он представляет собой три назывных предложения, расположенных в порядке убывания числительных (*três – dois – uma*), но в порядке возрастания концентрации абстракции: *irmãos (братья) – mundos (миры, мировоззрения) – missão (миссия, задача)*. При этом можно остановиться на существительном *mundo* и отметить, что оно употребляется не в абстрактном значении «место». Также оно показывает, что в фильме сталкиваются два мира, как два культурных феномена – мир бразильцев и мир индейцев.

2.9. Эллиптические конструкции

2.9.1. «O quinto império» («Пятая империя») — это португальская историческая драма, снятая Мануэлом де Оливейра в 2004 году. В основе сюжета лежит легенда о Доне Себастьяне, который был одержим расширением португальской империи и распространением христианства среди народов. Однако после поражения в одной из битв, он исчез, что породило мифы о том, что он вернется, чтобы победить все зло.

Рассмотрим тэглайн фильма и как он связан с названием и сюжетом: *Ontem como hoje* («Вчера как сегодня»). Интересно, что в тэглайне отсутствуют оба главных члена предложения, и сам он основан на сравнении, для которого используется союз *como*. Сравниваются же два наречия, отсылающие к разным временным промежуткам: *ontem* – план прошедшего, *hoje* – план настоящего. Вероятно, таким образом выражается мнение португальцев, которые ждали возвращения своего монарха изо дня в день, однако он не вернулся с битвы.

2.10. Ритм

2.10.1. Рассмотрим драму «*Cartas da Guerra*» («Письма с войны», режиссер Иво Феррейра, 2016 год), где рассказывается про молодого врача, который пишет письма к жене во время Колониальной войны Португалии в Анголе 1971-73 годов.

Тэглайном к фильму служит двустишие: *D'este viver aqui*

Neste papel descripto

(букв. «Дал вам жить здесь

Записанными на бумаге»)

Данный португальский биографический драматический фильм снят по одноименному роману Антониу Лобу Антунеша, полное название которого – «*D'este viver aqui neste papel descripto: cartas da Guerra*». Можно заметить, что в фильме используют только часть оригинального названия романа, вторую же часть помещают в качестве тэглайна с особым стилевым построением (двустишие). Таким образом, тэглайн отсылает к оригинальному названию романа, на котором основывается фильм.

2.11. Фонетическая компрессия

2.11.1 «*Macunaíma*» («Макунаима», 1969 год) — это бразильский комедийный фильм, снятый Жоакином Педру де Андраде и основанный на одноименном романе Марио де Андраде (1928 год). Сюжет фильма почти в полной мере следуют сюжету книги и рассказывает о приключениях Макунаимы, ленивого и бесхарактерного антигероя. Он родился темнокожим в глуши, но кожа его стала светлеть, после чего отправился в город со своим братьями, где связался с партизанами, бандитами и проститутками и встретил самых разных людей на своем пути.

Рассмотрим тэглайн фильма: *Tá gostoso, coração, tá?* («Ты доволен, душечка, не так ли?») Интересно, что название – это имя главного героя, с которым происходят все события в фильме. В тэглайне поставлен разделительный вопрос, используется обращение, которые направлены на

главного героя. Помимо этого, используются сокращенные формы от глагола *estar (tá)*, что характерно для Бразилии, страны, где был снят фильм. Данный глагол стоит в 3 лице единственном числе, из чего мы понимаем, что вопрос относится к главному герою.

2.12. Использование многоточий

2.12.1. Боевик Жозе Падили и Фелипе Ласерды «Ônibus 174» («Автобус №174») рассказывает об угоне автобуса №174 на юге Рио-де-Жанейро, который снимали и транслировали в прямом эфире в течение четырех часов на всю страну. В то же время рассказывается история жизни самого угонщика, уличного мальчика, пережившего Канделарийскую бойню¹⁵.

Тэглайном к данному фильму служит фраза: *Sandro era invisível para a sociedade... até subir no ônibus 174* («Сандро был незаметен для общества...пока не сел в автобус №174»). Поскольку данный фильм основан на реальных событиях, произошедших в Бразилии, в названии используется точный номер автобуса, который затем повторяется, а в тэглайне – имя главного героя, который совершил угон. Кроме того, в тэглайне раскрывается часть биографии главного героя, мальчика с улицы, который был не нужен ни своей семье, ни социальной службе, был одним из многих бездомных детей, обитавших у Канделарийской церкви, для чего используется прилагательное *invisível*. Многоточие, поставленное в середине фразы, создает интригу и в то же время показывает, что жизнь мальчика круто изменилась после угона автобуса. Кроме того, употребление в предложении глагола *ser* в прошедшем времени показывает, что часть событий, повлекших данную ситуацию, произошла в прошлом, однако последующее использование предлога с субстантивированным инфинитивом (*até subir*) дает понять, что это событие стало переломным в жизни человека.

¹⁵ Канделарийская бойня – массовое убийство, произошедшее в Рио-де-Жанейро в 23 июля 1993 года. Ночью 8 бездомных, среди которых было 6 детей, были застрелены группой мужчин у Канделарийской церкви. Как оказалось позже, некоторые из этих мужчин были сотрудниками полиции. В массовом убийстве были обвинены 50 офицеров, осуждены только двое.

2.13. Цитирование

2.13.1. Драма Жорже Пайшау да Кошта «O mistério da estrada de Sintra» («Тайна синтроской дороги», 2007 год) является экранизацией одноименного романа, написанного Эсой де Кейрошем и Рамалью Ортигау, Адаптация полицейского буклета Эса де Кейроса и Рамалью Ортигана, опубликованного в «Diário de Notícias» в форме анонимных писем с 24 июля по 27 сентября 1870 года. В основе сюжета два писателя, которые создают историю похищения.

Тэглайном к данному фильму является цитата Жорже Лейтау Рамуша в газете Expresso: «...*Uma impecável reconstrução de época...*» («...Это безупречное воспроизведение эпохи...») Интересно, что формат публикации оригинального произведения и происхождение тэглайна на афише схожи – это публикация и выдержка из газет. Кроме того, как утверждает автор тэглайна, в фильме была полностью воспроизведена атмосфера Лиссабона 1870х годов, на что указывают прилагательное *impecável* и существительное *reconstrução*.

2.13.2. Еще одной работой португальского режиссера Жуана Ботелью является историческая драма «Peregrinação» («Странствие», 2017 год). В основе сюжета лежит книга португальского писателя Фернанда Мендиша Пинту «Peregrinação», в которой он описывает свое морское путешествие из Португалии в Индию.

Тэглайном служит реплика одного из героев самого фильма: (...) *e assim partimos contra a razão, sem nenhuma lembrança dos perigos do mar!* (... и так отправились мы против здравого смысла, совсем позабыв об опасностях моря!) Тэглайн представляет собой восклицательное предложение, экспрессивную фразу одного из героев. Общая тема путешествия связывает и название фильма (*peregrinação* дословно означает *странствие*), и тэглайн (на это указывают глагол *partir*, а также существительное *mar*).

2.14. Креольский текст

2.14.1. Драма Педру Кошты «Cavalo dinheiro» (2014 год) показывает проблемы эмигранта из Кабо Верде. Вентура рассказывает историю своей жизни и жизни таких же как он. Уже в возрасте, эмигрант из Кабо Верде и лидер банды Байру даш Фонтаиньяш, он путешествует по собственной памяти, где вымысел и правда, прошлое и настоящее смешиваются.

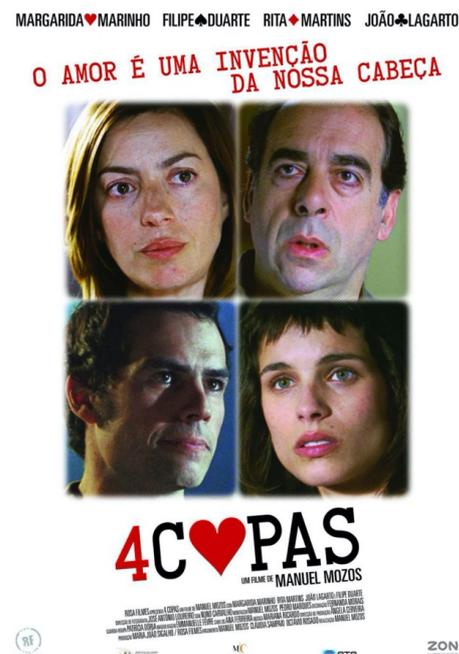
Тэглайном фильма служат несколько предложений на креольском языке: *Vi passa la pa nha casa d'Assomada? Nha galinha, nha porco? Casa sta tudo rombado pedra ka tem nenhum. Vinhoto ta caba ka cabra.* Тэглайн написан на креольском кабовердианском диалекте португальского языка, что показывает происхождение главного героя – он эмигрант из Кабо Верде. Также об этом свидетельствует использование сокращенных форм, таких как: *nha, sta, ka.* Интересно, что первые два предложения являются вопросительными и скорее всего риторическими, тогда третье утвердительное предложение является ответом на предыдущие два поставленных вопроса. Также можно предположить, что тэглайн построен на ассонансе, поскольку в нем повторяются гласные *a, o, e.* Помимо этого, использование кратких форм местоимений, глаголов соответствует фонетической компрессии.

ГЛАВА III.

Средства визуальной выразительности в португалоязычных тэглайнах к кинофильмам.

3.1. Контрастность

Рассмотрим фильм «4 copas». Идея фильма и, соответственно, афиши заключается в 4 игровых мастях, подтверждение чему мы можем увидеть в перечислении актеров, в именах которых вставлены символы четырех игровых мастей. Также интересно, что изображение разделено на четыре части. Важно отметить цветовую гамму афиши: был выбран белый фон и контрастные цвета для названия и тэглайна (черный и красный, что тоже соответствует цветовой гамме игровых карт).

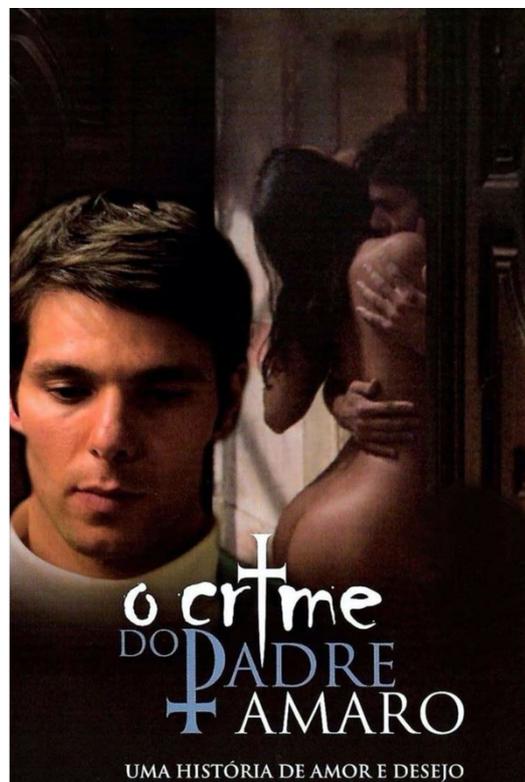


Афиша к фильму «O assalto ao trem pagador» оформлена в виде газетного листа. Заголовком газеты является название фильма. Тэглайн появляется как название одной из статей. Интересен выбор фоновых изображений: это поезд, где происходят основные действия фильма, и силуэт человека с оружием, что является основой сюжета фильма. Кроме того, на самом газетном листе изображено красное пятно, напоминающее брызги крови, что тоже привлекает

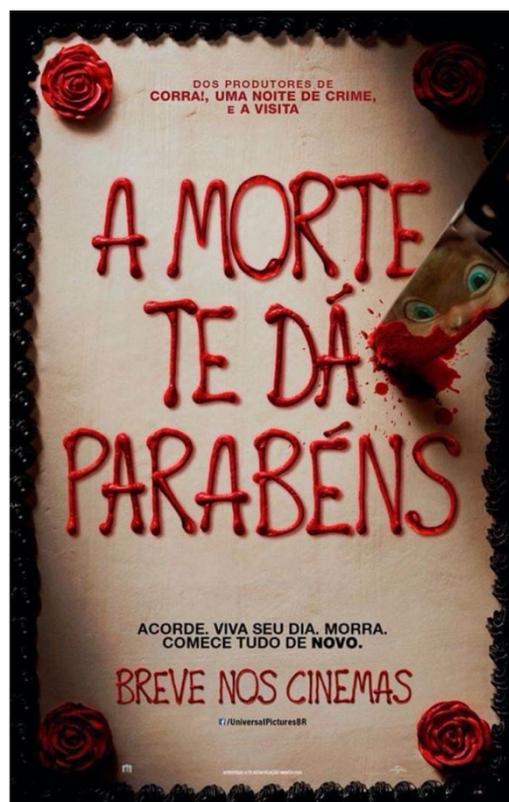


внимание и соотносится с сюжетом. Также интересна цветовая гамма афиши – это контрастные цвета: черный и красный на фоне пожелтевшей газетной бумаги.

Интересным является оформление афиши к драме «O crime de Padre Amaro». Выбор изображений следующий: на переднем фоне мы видим главного героя, на заднем – влюбленную пару, что сразу отсылает нас к тэглайну, где сказано, что это история любви и страсти. Помимо этого, любопытен выбор шрифта для названия фильма. Во-первых, это чередование цветов (белый и голубой) и шрифтов (печатный и рукописный), благодаря чему текст становится более заметным на фоне темной картинке. Во-вторых, буквы I и P заменены символами (кресты), что также отсылает нас к сюжету произведения. Кроме того, темная цветовая гамма еще раз показывает, что данный фильм – это драма.

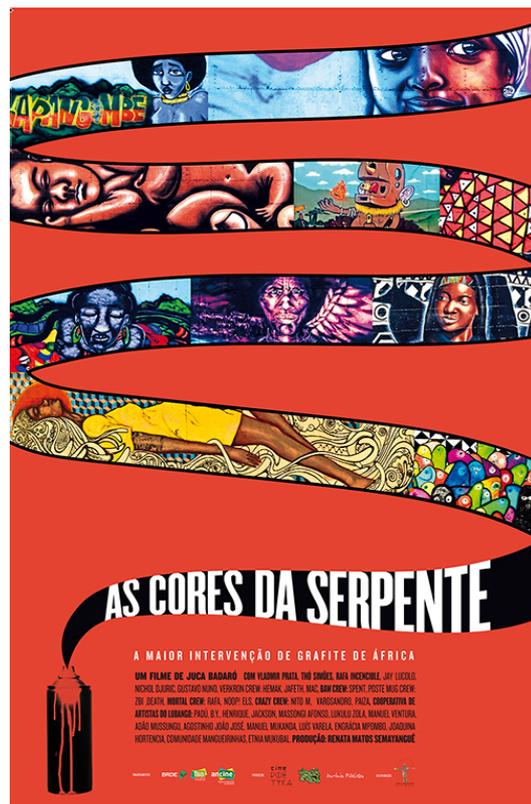


Рассмотрим фильм «A morte te dá parabéns». Интересно само оформление афиши – это праздничный торт, что соответствует сюжету, поскольку в фильме девушка отмечает свой день рождения. Также стоит отметить, что вся информация на афише оформлена как часть торта, кроме тэглайна, который выделен совершенно другим шрифтом и цветом, что выделяет его из общей картинке. Кроме того, последнее слово тэглайна выделено жирным шрифтом, что при чтении позволяет сделать



дополнительный акцент на данном слове, которое, в свою очередь, важно для сюжетной линии.

Афиша к ангольскому фильму «As cores da serpente» оформлена в ярких цветах. Поскольку в самом фильме рассказывается о событии, когда тысячи ангольских художников пытается расписать более шести тысяч квадратных метров стен, окружающих родной регион, то логично, что афиша оформлена как стена с следом краски от баллончика с краской. Само название фильма расположено также в центре изображения, тэглайн же помещен чуть ниже и оформлен маленьким шрифтом, хотя для названия и тэглайна выбраны контрастные с фоном цвета.



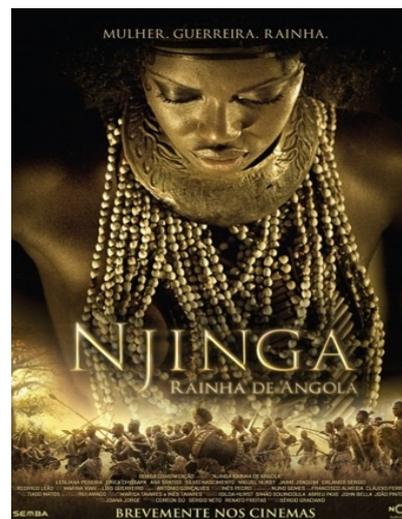
3.2. Изображение героев фильма

Португальский биографический фильм «Snu» рассказывает о романе Сну Абекассиш и Са Карнейру, поэтому логично, что портреты главных героев размещены на афише. Интересно, что название написано словно от руки как раз таки одним из героев, вся остальная информация добавлена более стандартным шрифтом, меньшим по размеру. Важно заметить, что сразу после названия на афише размещены имена людей, чья история будет рассказываться в фильме, и только следующей строчкой появляется тэглайн, тем

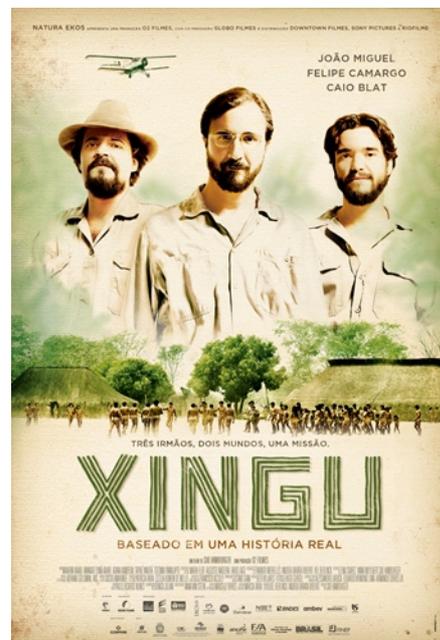


не менее обозначенный жирным шрифтом, что выделяет его фоне другой дополнительной информации.

Рассмотрим афишу к ангольскому историческому фильму «Njinga». Афиша представляет собой изображение королевы по центру. Чуть ниже изображена сцена войны, это коррелирует с тэглайном фильма. Кроме того, интересно расположение тэглайна – на голове у королевы, что напоминает ее корону, еще раз подчеркивая, что фильм будет рассказывать о правительнице.



Интересна афиша к бразильскому фильму «Xingu». Афиша оформлена в светлых тонах. Кроме того, любопытно, как оформлено название фильма – зеленым цветом, а сам дизайн очень схож с ветками растений. Тэглайн оформлен стандартным шрифтом маленького размера и расположен сразу над названием. Что касается изображений на афише, то афиша в какой-то мере повторяет тэглайн, поскольку в центре изображены три брата, а чуть ниже местные племена, что как раз олицетворяет столкновение двух миров.



Рассмотрим афишу к бразильскому фильму «Memórias do Cárcere», в котором рассказывается о пребывании писателя в тюрьме. Вместо решеток изображены карандаши, что показывает основное занятие главного героя в тюрьме – писательство. Кроме того, на заднем фоне, за решетками изображен портрет главного героя. Шрифт, выбранный для названия фильма, напоминает



написанный от руки, вероятно, главным героем. Тэглайн расположен в самом низу афиши и выполнен контрастным цветом и стандартным шрифтом, по сравнению с названием.

Интересна афиша к португальскому фильму «Zeus». На главном фоне расположена фотография главного героя – Мануэла Тейшейры Гомеша, седьмого президента Первой Португальской республики, который отправился в путешествие на корабле «Зевс». Также стоит отметить, что на заднем плане видна часть корабля, на котором путешествовал главный герой, а также под фотографией главного героя разнообразные сцены из фильма.



Рассмотрим афишу к португальской драме «Quem és tu?». Стоит отметить, что цветовая гамма афиши довольно яркая и контрастная, однако на передний фон помещены два изображения героев. Интересно, что это не главные герои фильма, а второстепенные персонажи, от которых, тем не менее, зависит развитие сюжета и которые появляются в кульминационный момент. Помимо этого, любопытно, что они смотрят в разные стороны, что подтверждает, что они не являются близкими друг другу людьми, а также фон, на котором размещены изображения, темный, что создает атмосферу драмы, пессимизма, душевных переживаний.



Обратимся к фильму «O Quinto Império» и проанализируем его афишу. В центре афиши расположен кадр – изображения двух героев. Как мы можем догадаться из названия, речь в фильме пойдет о времени правления короля Себастьяна, из чего можно сделать вывод, что один из изображенных мужчин – главный герой фильма. Кроме того, интересен выбор цветов: темный фон создает настроение напряженности, тревоги, но важно отметить, что название и тэглайн фильма оформлены тем же цветом, что и одежда короля.



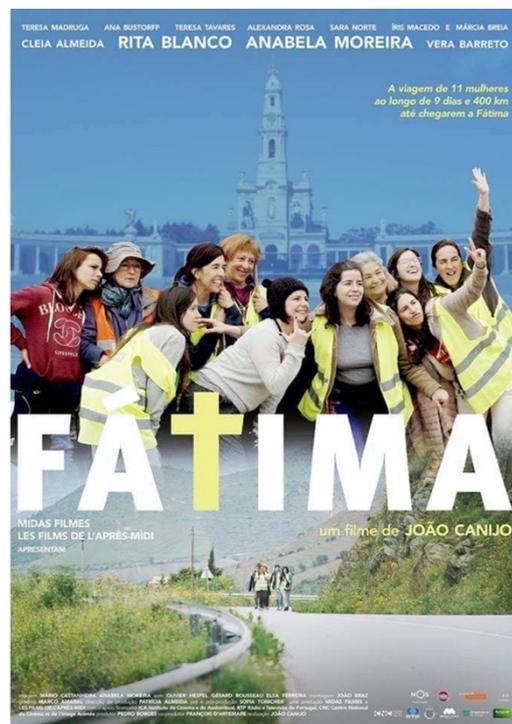
3.3. Изображение сцен фильма

На афише к фильму «Cartas da guerra» основным изображением является фотография с места военных событий, на которой мы видим молодого человека, читающего письмо, что соотносится с названием фильма. Помимо этого, интересен выбор размера шрифта для названия фильма и тэглайна: они примерно одинаковые и расположены близко друг к другу. Это можно объяснить тем, что в произведении, взятом за основу фильма, названием как раз был тэглайн фильма.

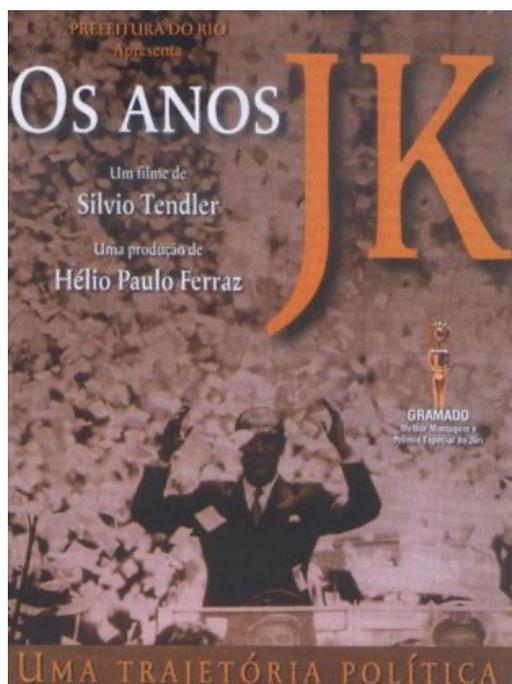


Очень интересна афиша к фильму «Fátima». Изображение разделено на 3 смысловые части: первая – это главные

героини, 11 женщин, которые должны будут совершить паломничество; вторая – это дорога, по которой они должны будут прийти до Фатимы, цели их паломничества, изображенной в свою очередь на третьей части. Любопытно, что буква Т изображена в форме креста, что соотносится с легендой про Фатиму, кроме того, что она единственная выделена другим цветом – желтым, когда вся остальная информация оформлена белым. Тэглайн размещен в углу афиши, его размер довольно небольшой по сравнению с другими надписями, однако выделен контрастным желтым цветом, что позволяет четко его изучить.



Обратимся к афише бразильского фильма «Os anos JK». Как мы знаем, это художественный фильм, однако на саму афишу помещен кадр из подлинного выступления Жуселину Кубичека. Кроме того, интересно, что на афишу сразу вынесено изображение статуэтки, что создает впечатление большей значимости фильма.



Заключение

В рамках настоящего исследования, в центре внимания которого находились средства выразительности в тэглайнах португалоязычных фильмов, удалось комплексно проанализировать функционирование языковые и визуальные средства выразительности в указанных тэглайнах.

В соответствии с поставленными задачами была изучена литература по феномену тэглайна и на её основе описано понятие тэглайна, выявлены языковые и визуальные средства выразительности и предоставлено их описание, определена значимость средств выразительности в тэглайне и приведена классификация средств выразительности.

Собранный материал был распределен по двум категориям: языковые и визуальные средства выразительности.

Опишем основные результаты анализа.

Было выявлено, что тэглайны в португалоязычных фильмах, во-первых, строятся по классической модели, во-вторых, преобладающей категорией средств выразительности является синтаксическая модель, главным образом, повествовательное предложение (сложное, простое и назывное); лексико-стилистические, фонетические и графические средства выразительности представлены в меньшем объёме. Дополнительными средствами выразительности служат использование артикля, главным образом неопределённого, в родовом значении; глагольные перифрастические лексикализованные конструкции. Отдельный интерес представляет использование кабовердианского креольского языка, что позволяет говорить о расширении границ португалоязычной киноиндустрии.

При анализе особенностей визуального ряда чаще встречаются такие средства, как контрастность, изображение героев киноленты или изображение сцен из кинофильма.

Обобщая, можно сделать вывод, что несмотря на то, что культура использования тэглайнов в киноафишах в португалоязычном сегменте киноиндустрии представлено существенно меньше, чем в аналогичных областях англоязычного, испаноязычного, франкоязычного сегмента западного кинематографа, в ней обнаруживаются определённый набор выразительных элементов, сохраняется связь с изначальным кинопродуктом на уровне темы, сюжета и жанровой принадлежности, и одновременно наблюдаются общемировые тенденции репрезентации фильма.

Отметим, что в качестве дальнейшего исследования темы можно продолжить наблюдать за выходом новых португалоязычных фильмов в Португалии, Бразилии и странах португалоязычной Африки с целью пополнения уже имеющегося материала, обратиться к переводу и локализации заголовков кинофильмов, изучать перевод тэглайнов с португальского языка на русский, а также обратиться к более общим проблемам передачи средств выразительности в переводах тэглайнов.

Список использованной литературы

1. Александрова О.И., Николаева У.А. Стратегии перевода англоязычных фильмонимов на русский и испанский языки // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2016. № 2. С. 113-122.
2. Анисимов В.Е., Борисова А.С., Консон Г.Р. Лингвокультурная локализация кинозаголовков // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика = Russian Journal of Linguistics. 2019. Т. 23. № 2. С. 435-459.
3. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл.ред. В.Н. Ярцева. Москва: Сов. Энциклопедия, 1990. С. 136-137.
4. Бабичева, Ю.В. Поэтика заглавия / Ю.В. Бабичева // Гуманитарные науки. Вестник Томского ГПУ. Томск, 2000. — Вып. 6. — С. 61-64.
5. Байков Е.А., Байкова И.А., Данилов П.В., Евменов А.Д., Морщагина Н.А., Сорвина Т.А., Фатова С.А., Чеснова О.А., Шекова Е.Л. Маркетинг медиаиндустрии: учебник / под общ. ред. А.Д. Евменова. СПб.: СПбГИКиТ, 2019. 508 с.
6. Бахвалова, Л.Е. Особенности рекламного текста в современной афише / Л.Е. Бахвалова // Культура. Литература. Язык: Материалы конференции "Чтения Ушинского", Ярославль, 03–04 марта 2016 года. – Ярославль: Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, 2016. – С. 133-137.
7. Белоусова Н.П. Основные характеристики слогана как субжанра современного российского рекламного дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 Самара, 2006. 20 с.
8. Богданова О.Ю. Заглавие как семантико-композиционный элемент художественного текста (на материале английского языка). М., 2009.
9. Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики / П. Бурдые. – СПб.: Алетейя, 2005. – 576 с. – ISBN 5-89329-761-X

10. Васильева Т.В. Когнитивные механизмы формирования и функционирования заголовка // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2006. № 1. С. 154-171.
11. Вельфлин Г. Основные понятия истории искусств / Г. Вельфлин. – М.-Л., 1930.
12. Ворошилова М.Б. Креолизированный текст: аспекты изучения [Текст] / М.Б. Ворошилова // Политическая лингвистика. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2006. – Вып. 20. – С. 180-189.
13. Ворошилова М.Б. Креолизированный текст: кинотекст [Текст] / М.Б. Ворошилова // Политическая лингвистика. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2007. – Вып. (2) 22. – С. 106-110.
14. Ермакова Е.В. Подтекст и языковые средства его формирования: на материале современной английской драмы: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Саратов, 1996. 185 с.
15. Ефремова М.А. Концепт кинотекста: структура и лингвокультурная специфика: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. / М.А. Ефремова. Волгоград, 2004. 17 с.
16. Зайченко С.С. От кинофильма к кинодискурсу // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2011. № 10 (53). С. 143-145.
17. Иванова Е.Б. Интертекстуальные связи в художественных фильмах: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 2001. 16 с.
18. Изволов Н. Феномен кино: история и теория / Н. Изволов – М.: Материк, 2005. – 164 с.
19. Кайда Л.Г. Стилистика текста: от теории композиции – к декодированию / Л.Г. Кайда. – М., 2004. – 208 с.
20. Колосов С.А., Матвеев И.А. Вербальный и параграфемный элементы кинопостера в аспекте локализации // Слово и текст: психолингвистический подход. 2015. № 15 С. 77-82.
21. Коняева А.М. Адаптация текста в системе кроссмедиа: основные тенденции / А.М. Коняева // Пользовательский контент в современной

- коммуникации: Сборник материалов I Международной научно-практической конференции, Челябинск, 22–23 апреля 2021 года. – Челябинск: Челябинский государственный университет, 2021. – С. 45-49.
22. Кошетарова Л.Н., Кникунова Е.А. Особенности продвижения полнометражных художественных фильмов средствами социально-культурной деятельности // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. 2017. № 4 (12). С. 67-76.
23. Кузнецова Т.Ф. Социокультурные взаимодействия и межкультурные коммуникации / Т.Ф. Кузнецова. // Философские науки. – 2003. – №5. – С.129-135.
24. Левин А.И. Киноискусство как фактор формирования системы ценностей современного общества / А.И. Левин // Философские науки. – 2004. – №1. – С. 5-18.
25. Леденёва С.Н. Методы психолингвистической оценки эффективности речевого воздействия: Диссертация ... кандидата филологических наук. М., 2004. 185 с.
26. Леденёва С.Н. Функционально-прагматические свойства языковых средств рекламного дискурса // Вестник Брянского государственного университета. 2017. № 1. С. 306-312.
27. Лотман Ю.М. Диалог с экраном [Текст] / Ю.М. Лотман, Ю.Г. Цивьян. – Таллин: Александра, 1994. – 416 с.
28. Лотман Ю.М. Об искусстве. Структура художественного текста. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Статьи. Заметки. Выступления. Санкт-Петербург: Искусство-СПБ, 1998. С. 5-21.
29. Минегетти А. Кино, театр, бессознательное / А. Минегетти. Том 1. – М.: ННБФ «Онтопсихология», 2001. – 384 с. – ISBN 5-93871-009-x
30. Мощева С.В. Способы достижения экспрессивности в рекламном тексте: языковые и неязыковые выразительные средства: учеб. пособие. Иваново: Иван. гос. хим.-технол. ун-т, 2008. 108 с.

31. Мячинская, Э.И. Малые жанры искусствоведческого дискурса: реклама, афиша, объявление / Э.И. Мячинская // Когнитивные исследования языка. – 2020. – № 3(42). – С. 422-426.
32. Назмутдинова С.С. Гармония как переводческая категория (на материале русского, английского, французского кинодискурса) [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук / С.С. Назмутдинова. – Тверь, 2008. – 18 с.
33. Назмутдинова С.С. Пути достижения гармонического перевода в кинодискурсе [Текст] / С.С. Назмутдинова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. Филология. Искусствоведение. Вып. 17. – 2007. – №22 (100). – С. 86-91.
34. О трейлерах и трейлеринге как особом виде продвижения кино [Электронный ресурс] // Бюллетень кинопрокатчика. – URL: http://www.kinometro.ru/analytica/show/name/trailer_in_movie_8214. (дата обращения: 21.03.2021).
35. Подымова Ю.Н. Психолингвистические особенности фильмонимов // II Филологический вестник. Научный и образовательный журнал. Майкоп, АГУ. 2005, 7, 172-178.
36. Самкова М.А. Кинотекст и кинодискурс: к проблеме разграничения понятий // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2011. № 1 (8). С. 135–137.
37. Сапелко С.Н., Овсянкина А.В. Современные подходы в продвижении фильмов // Вестник научных конференций. 2017. № 1–5 (17). С. 160-161.
38. Сермягина С.С. Роль заглавия в моделировании подтекста художественного произведения // Славянская филология: исследовательский и методический аспекты: материалы I международной науч. конф. Кемерово, 2006. Вып. 1. С. 179–186.
39. Слышкин Г.Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) [Текст] / Г.Г. Слышкин, М.А. Ефремова. – М.: Водолей Publishers, 2004. – 153 с.

40. Сорока Ю.Г. Кинодискурс повседневности постмодерна [Текст] / Ю.Г. Сорока // Постмодерн: новая магическая эпоха / под ред. Л.Г. Ионина. – Харьков: Харьковский нац. ун-т им. Н.В. Каразина, 2002. – С. 47-49.
41. Тынянов Ю.Н. Поэтика. История литературы. Кино. / Ю.Н. Тынянов. – М.: Искусство, 1977. – 574 с.
42. Усов Ю.Н. Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников / Ю.Н. Усов, Дис... д-ра пед. наук. – М., 1989. – 362 с.
43. Харьковская А.А. Функциональная парадигма малоформатных англоязычных текстов // Материалы Международной лингвистической конференции «Язык–текст–Дискурс: традиции и инновации, 21-23 сентября 2009 года». – Самара: Самарский университет, 2009. Ч.2. С. 14-19.
44. Шелестюк Е.В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования. М.: Флинта. 2014. 344 с.
45. Щуклина Т.Ю. Лингвистические средства создания экспрессивности русских рекламных текстов // Филология и культура, 2008. № 12. С. 4-6.
46. Юрьева Е.В. Анализ наиболее эффективных средств воздействия на адресата афиши / Е.В. Юрьева // Новые горизонты русистики. – 2020. – № 9. – С. 49-57.
47. Юрьева Е.В. Характеристика средств воздействия на адресата наружной рекламы: от выбора до анализа эффективности (на примере афиши) / Е.В. Юрьева // Лингвистические исследования и их использование в практике преподавания русского и иностранных языков : Материалы III Международной научно-методической конференции, посвященной 75-летию Победы в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. и 100-летнему юбилею Донецкого национального технического университета, Донецк, 22 мая 2020 года. – Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2020. – С. 142-150.

48. Якушкина К.В. Креолизованный текст как коммуникативно значимый феномен в испаноязычной культуре // Новое искусствознание. История, теория и философия искусства. Специальный конференц-выпуск «Искусство и культура Испании: классика и современность». Вып. 1 (2018). СПб.: Фонд «Новое искусствознание», 2018. С. 82-91.
49. Ямпольский М.Б. О близком (Очерки немиметического зрения)/ М. Ямпольский - М.: Новое литературное обозрение, 2001. - 240 с. — ISBN 5-86793-141-2
50. Ямпольский М.Б. Память Тиресия: Интертекстуальность и кинематограф / М.Б. Ямпольский. – М.: Культура, 1993. – 464 с.
51. Mendes, Pedro Simão. Teixeira, José. Inter-relações texto-imagem nas metáforas verbo-pictóricas em publicidade. *Diacrítica*, 32(1), 2018. pp. 225-238.
52. Moraes, Andréa. A Tradução de pôsteres de filmes: aspectos estruturais e multimodais. *Ao pé da Letra*, v.11.1, 2009. pp. 11- 26.
53. Queirós, Eça de. *O Crime do Padre Amaro*. 12^a ed., São Paulo: Ática, 1998.