



DOI: 10.22363/2313-2299-2022-13-1-96-124

УДК 811.161.1'42:791:355.233.231.1

Научная статья / Research article

Реализация идеи патриотизма в кинодискурсе: на примере российского патриотического кино

В.Е. Анисимов¹  , Э.В. Гафиятова² , Е.Д. Калининкова¹ ¹Российский университет дружбы народов,

117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6

²Казанский (Приволжский) федеральный университет,

420008, Российская Федерация, Республика Татарстан, Казань, ул. Кремлевская, д. 18

 anisimov-ve@rudn.ru

Аннотация. В связи со значительным ростом интереса российской киноаудитории к теме патриотизма и возникновением социального запроса на патриотическое кино в отечественном кинопроизводстве последних лет наблюдается существенное увеличение в прокате доли кинофильмов, затрагивающих исторические и социальные стороны идеи патриотизма. Отражение идеи патриотизма в современном российском кинодискурсе обладает рядом специфических черт в структурном и семантическом аспекте, представляющих обширный репрезентативный материал для лингвокультурных исследований современных дискурсивных практик. Целью данной статьи является выявление структурно-семантических особенностей функционально-прагматических единиц малоформатных текстов современного российского кинодискурса в аспекте репрезентации идеи патриотизма и статистическая обработка полученных в результате исследования данных. Анализу подвергнуты основные способы репрезентации идеи патриотизма в современном российском кинодискурсе. Материалом исследования послужил 21 фильм российского производства, выпущенный в период 2014—2019 гг. и непосредственно связанный с идеей патриотизма по своей жанровой и стилистической направленности. В работе использовались методы семантического, прагматического, контекстуального, лингвокультурологического и статистического анализа. В ходе проведенного исследования авторы определяют понятие «патриотизм» как комплексный социопсихологический феномен, характеризующийся высокой эмотивной насыщенностью связанных с ним семантических и прагматических категорий репрезентации. Объектом анализа выступают выделяемые нами т.н. «функционально-прагматические единицы кинотекста»: кинозаголовки, слоганы и синопсисы кинофильмов. Предметом — их синтактико-грамматические и семантические (структурно-содержательные) особенности формирования. Структурный анализ частей речи и синтаксических компонентов функционально-прагматических единиц кинотекста отечественных патриотических кинофильмов позволил выделить связь между структурами означенных единиц рассматриваемых кинолент. Отличительной особенностью структурно-содержательных характеристик анализируемых функционально-прагматических единиц кинотекста является их взаимосвязь друг с другом внутри данного класса элементов. Идея патриотизма в функционально-прагматических единицах кинотекста рассматриваемых произведений передается при помощи эмоционально-окрашенной лексики, побуждающей

© Анисимов В.Е., Гафиятова Э.В., Калининкова Е.Д., 2022



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

потенциального зрителя гордиться своей страной, подвигом ее выдающихся граждан, а также ощущать себя частью великой страны и государства; синтаксических особенностей, таких как «рубленный» стиль повествования и наличие восклицательных и вопросительных предложений в текстах синопсисов и слоганах кинофильмов. Особую значимость в передаче идеи патриотизма аудитории играют прецедентные имена, ситуации и высказывания, направленные на активизацию ассоциативных связей потенциального зрителя и пробуждение в нем чувства гордости за свое Отечество.

Ключевые слова: кинодискурс, кинотекст, кинематограф, патриотизм, патриотическое кино, функционально-прагматические единицы кинотекста, кинозаголовок, синопсис, слоган, прецедентность

Финансирование. Благодарности

Публикация выполнена при поддержке Программы стратегического академического лидерства РУДН.

История статьи:

Дата поступления: 01.09.2021

Дата приема в печать: 15.11.2021

Для цитирования:

Анисимов В.Е., Гафиятова Э.В., Калининкова Е.Д. Реализация идеи патриотизма в кинодискурсе: на примере российского патриотического кино // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022. Т. 13. № 1. С. 96—124. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-1-96-124>

Вклад авторов:

Вклад авторов в работу равнозначен на всех этапах.

UDC 811.161.1'42:791:355.233.231.1

Realization of the Patriotism Idea in Film Discourse Based on Russian Patriotic Cinema

Vladislav E. Anisimov¹  , Elzara V. Gafiyatova² ,
Ekatherina D. Kalinnikova¹ 

¹Peoples' Friendship University of Russia (RUDN university),
6, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation, 117198

²Kazan Federal university,
18, Kremlyovskaya str., Kazan, Russian Federation, 420008

 anisimov-ve@rudn.ru

Abstract. In recent years due to a significant increase in the interest of the Russian film audience to the patriotism topic and the emergence of a social demand for Patriotic cinema, there has been a significant growth in the film distribution share that affects the historical and social aspects of patriotism. The reflection of the idea of patriotism in the modern Russian film discourse has a number of specific structural and semantic features, which present an extensive representative material for linguistic and cultural studies of modern discursive practices. The purpose of this article is to identify the structural and semantic features of functional and pragmatic units of the small texts of the modern Russian film discourse (movie titles, synopses and slogans) in terms of representation of the idea of patriotism and statistical processing of the data obtained as a result of the study. The research material includes 21 Russian films released in the period 2014—2019, which are directly related to the idea of patriotism in their genre and stylistic orientation. In the course of the analysis,

the authors define the concept of “patriotism” as a complex sociopsychological phenomenon characterized by a high emotional saturation of semantic and pragmatic categories of representation associated with it. This article analyses the main ways of representing the idea of patriotism in the modern Russian film discourse. The paper uses methods of semantic, pragmatic, contextual, linguoculturological and statistical analysis. The object of the analysis are the functional and pragmatic elements of the film text: movie titles, slogans and synopses. The subject is syntactic-grammatical and semantic (structural-content) features of the movie titles, slogans and synopses creation. Structural analysis of parts of speech and syntactic components of functional and pragmatic units of the film text of Russian Patriotic films allowed us to identify the relationship between the structures of movie titles, synopses and slogans of the films under consideration. A distinctive feature of the structural and content characteristics of the analyzed functional and pragmatic elements of the film text is their relationship with each other within this class of elements. The idea of patriotism in the functional and pragmatic elements of the film text of the films under consideration is conveyed by means of emotionally colored vocabulary, which encourages potential viewers to be proud of their country, the feat of its outstanding citizens, and also to feel part of a great country and syntactic features, such as the chopped narrative style and the presence of exclamation and question sentences in synopsis texts and movie slogans. The special significance in transmitting the idea of patriotism in Russian Patriotic films to the audience are played by precedent names, situations and statements aimed at activating the associative ties of a potential viewer and awakening in him a sense of pride in his Homeland.

Key words: film discourse, film text, cinema, patriotism, patriotic film, functional and pragmatic elements, movie title, synopsis, slogan, precedence

Financing. Acknowledgement

This paper has been supported by the RUDN University Strategic Academic Leadership Program.

Article history:

Received: 01.09.2021

Accepted: 15.11.2021

For citation:

Anisimov, V.E., Gafiyatova, E.V. & Kalinnikova, E.D. (2022). Realization of the Patriotism Idea in Film Discourse Based on Russian Patriotic Cinema. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 13(1), 96—124. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-1-96-124>

Authors' contribution:

All authors have contributed equally

Введение

Идея патриотизма как образа любви к своей Родине и Отечеству представляет собой мощный инструмент объединения граждан вокруг интересов страны, укрепления государственности, развития гражданского самосознания. Патриотические настроения в масштабе истории государства демонстрируют циклический характер развития: активность патриотических идей наблюдается в периоды переживания государством сложных этапов преодоления, а также выходов из затяжных кризисов, модернизации и реструктуризации социально-значимых институтов и др. [1. С. 195].

На сегодняшний день в России наблюдается довольно яркий всплеск патриотизма, что, по мнению отечественных СМИ, связано с важными событиями внутри страны и ее значительных успехах на международной арене.

Значительный подъем патриотических чувств россиян, согласно опросу «Левада-центра», наблюдается с начала 2014 года, что связано с такими эпохальными событиями в истории нашей страны, как победа на домашних Олимпийских играх в Сочи, положительно сказавшаяся на росте патриотических чувств 81% россиян, и присоединение Крыма, событие, способствовавшее пробуждению гордости за свое Отечество и торжество справедливости у 88% жителей России [2]. Согласно последним исследованиям, проведенным ВЦИОМ, на конец 2018 года патриотами себя считают 92% россиян, что говорит о том, что обозначенная тенденция роста патриотических настроений у россиян в настоящее время переживает свой подъем [3].

Истоки всплеска патриотизма в России коррелируются с потребностью связи с историей и культурой своей страны и народа, своими предками и их достижениями, справедливо определяя патриотизм как «большой смысл, <...> опрокидывание своей маленькой обыденной жизни в огромное пространство истории» [4].

Особенно ярко данное явление отразилось в медийной сфере, в частности, — в сфере кинематографа. Являясь важной частью современного искусства, кинематограф затрагивает широкие социальные круги, оказывая значительное влияние на формирование их взглядов. Под кинодискурсом мы, вслед за И.В. Лавриненко, подразумеваем «поликодовое когнитивно-коммуникативное образование, сочетание различных семиотических единиц в их неразрывном единстве, которое характеризуется связностью, цельностью, завершенностью, адресатностью» [5. С. 43].

Целью данной статьи является выявление структурно-семантических особенностей функционально-прагматических единиц малоформатных текстов современного российского кинодискурса (кинозаголовков, синопсисов и слоганов кинофильмов) в аспекте репрезентации идеи патриотизма и статистическая обработка полученных в результате исследования данных. Анализу подвергнуты основные способы репрезентации идеи патриотизма в современном российском кинодискурсе. Материалом исследования послужил 21 фильм российского производства, выпущенный в период 2014—2019 гг. и непосредственно связанный с идеей патриотизма по своей жанровой и стилистической направленности. Объектом анализа выступают выделяемые нами т.н. «функционально-прагматические единицы кинотекста»: кинозаголовки, слоганы и синопсисы кинофильмов. Предметом — их синтактико-грамматические и семантические (структурно-содержательные) особенности формирования. В работе использовались методы семантического, прагматического, контекстуального, лингвокультурологического и статистического анализа.

Смысловая составляющая понятия «патриотизм» в российском обществе и предпосылки его появления в современном российском кинематографе

Любой кинофильм задумывается создателями в расчете на определенную целевую аудиторию — группу зрителей, составляющую основную часть

посмотревшей фильм публики и обладающую определенными ценностными взглядами и ориентациями. Именно совпадение ценностных ориентаций адресата (зрителя, реципиента) и адресанта («коллективного автора») [6. С. 46] кинодискурса во многом определяет успешность кинофильма в прокате.

Говоря о патриотизме как о социальной категории, нельзя не упомянуть ценностный характер данного феномена. Так, патриотизм представляет собой ценностную категорию более высокого порядка, так как является сложным социокультурным явлением, объединяющим в себе более простые категории, среди которых встречаются такие базовые общечеловеческие ценности, как любовь, честь, гордость, ответственность, жертвенность, альтруизм, гуманизм и т.д. При этом само понятие патриотизма может рассматриваться в достаточно широком аспекте. Так, в этнопсихологическом словаре дается следующее определение патриотизма: «Сложное явление общественного сознания, связанное с любовью к Родине, Отечеству, своему народу, которое проявляется в виде социальных чувств, нравственных и политических принципов жизни и деятельности людей. Содержанием патриотизма являются любовь к Отечеству, преданность Родине, гордость за ее прошлое и настоящее, готовность служить ее интересам и защищать от врагов» [7]. Проводя анализ приведенного определения, представляется возможным выделить несколько смысловых значений феномена «патриотизм»: любовь к Родине как географически обозначенной территории, любовь к народу и этносу, населяющему эту территорию, с которым соотносит себя субъект, приверженность социокультурным нормам и традициям данного общества, готовность к активным действиям во имя или на благо Родины, в т.ч. защищать, оберегать, трудиться во благо. В зависимости от социокультурной ситуации в регионе, идея патриотизма может также включать в себя категории религии, внутренней государственной идеологии и т.п. Рассматриваемое явление может проявляться во всех сферах жизни общества, однако особенно ярко реализуется в социально-ориентированных областях, таких как: военная, медицинская, общенаучная, педагогическая, географическая и т.д. [8. С. 81]. При этом важно отметить, что понятие патриотизма в массовом сознании в первую очередь связано с понятием подвига: отдельной личности или группы лиц, подвига конкретного человека в масштабе его жизни (жизнь как служение Отечеству) или подвига как разового выдающегося деяния во благо других [9].

Не случайно отечественный исследователь З.П. Табакова отмечает, что, являясь сакральным понятием, патриотизм «характеризует русский народ как единую общность и проявляется наиболее ярко в годину тяжелых испытаний, требующих единения народа, героизма и жертвенности его носителей, иначе говоря, патриотизм является той духовной категорией, от которой зависит судьба страны и людей, населяющих ее» [10. С. 70]. В.И. Лутовинов, определявший феномен патриотизма как «деятельное, вплоть до самопожертвования, служение Отечеству, высшим проявлением которого является его защита от врагов с оружием в руках» [11], рассматривает указанное явление в качестве совокупности патриотических идей, чувств, традиций, обычаев и убеждений.

Исследователь приходит к выводу, что патриотизм является «одной из наиболее значимых, непреходящих ценностей общества, оказывающих воздействие на все сферы его жизнедеятельности» [11]. С.Г. Тер-Минасова также выделяет любовь к Родине как неотъемлемую черту русского национального характера, подчеркивая, что подобную любовь русские всегда проявляют открыто и эмоционально, главным свидетельством чего является язык [12. С. 282]. Действительно, в первую очередь явление патриотизма для представителя русской лингвокультуры связано с защитой страны от внешних врагов и единения народа перед лицом опасности и почти всегда ассоциируется с самопожертвованием. Проявление патриотических чувств на войне для русского человека неотделимо от идеи жертвенности, действия вопреки всему, кладя на алтарь все, что у тебя есть, вплоть до самого дорогого — жизни.

Таким образом, можно говорить о том, что в социопсихологическом аспекте патриотизм репрезентуется в эмоционально-волевой сфере субъекта, где волевое действие непосредственно связано с активизацией эмоционального компонента [13. С. 58]. Именно данным фактом обусловлена эмотивная насыщенность семантических и прагматических категорий идеи патриотизма, а также сфер ее реализации в современном медийном пространстве.

Потребность в патриотической теме в обществе присутствует всегда. Необходимость в ней может быть связана с наличием внешнего врага или угрозы, тяжелых испытаний, через которые в данный момент проходит общество, или через которые ему еще предстоит пройти. Еще в 2012 году в своем ежегодном послании Федеральному собранию Президент России Владимир Путин отметил, что «консолидирующую базу [российской] политики» он видит именно в патриотизме. Слова Президента были поддержаны с энтузиазмом, а в дальнейшем последовали конкретные шаги, продвижение инициатив, реализация общественных и молодежных проектов [2], в числе которых, несомненно, оказалось и развитие патриотической темы в кинематографе. Так, В.Р. Мединский, занимавший в 2017 г. пост Министра культуры РФ, на совещании комитета «Победа» вынес следующее предложение: «Наше военно-патриотическое кино, такое как „Битва за Севастополь“, „Батальон“, „28 панфиловцев“... эти фильмы собирают огромную кассу. Это говорит о том, что фильмы эти востребованы. Я бы очень просил Министерство иностранных дел и Россотрудничество помочь нам организовать показ этих фильмов в переводе, а он у нас сделан, для наших соотечественников и зрителей за рубежом» [14]. Снятый после этого военно-патриотический кинофильм «Сталинград» (2013) во многом ориентирован на привлечение иностранной аудитории: так, слоган фильма (*The epic battle that turned the tide of World War II* — «Героическое сражение, изменившее ход Второй мировой войны») изначально представлен на английском языке и адаптирован под представителей иного лингвокультурного пространства, что проявляется в использовании прецедентного имени (Вторая мировая война), несмотря на то, что для российского зрителя Сталинградская битва в первую очередь ассоциируется с Великой Отечественной войной. Само произведение также содержит множество отсылок,

которые должны быть понятны зарубежному, а не только отечественному зрителю, что обеспечило фильму высокие рейтинги проката не только в России, но и, например, в Китае [15].

На протяжении многих лет основными инструментами, используемыми для продвижения идеи патриотизма, выступали газеты, книги, агитационные плакаты [16. С. 62]. Со временем в один ряд с печатной продукцией встали и медийные технологии, такие как кино и телевидение. Являясь «довольно влиятельным и мощным средством для передачи ценностей, информации и различных идей» [17. С. 31] и играя ведущую роль по степени влияния на аудиторию, оттеснив литературу, что связано с возросшим ритмом жизни населения, при котором городскому жителю проще воспринять полутора-двухчасовой фильм, чем тратить гораздо больше времени на чтение и осмысление художественных произведений [18. С. 71], кинематограф заслуженно является одним из основных средств воздействия на общество. В связи с этим к кинодискурсу переходят не только основная функция, характерная для литературного дискурса — передачи художественной информации, — но и воспитательная, заключающаяся в воздействии художественной литературы на чувства и на сознание человека [19]. Последняя, в свою очередь, позволяет осуществить патриотическое воспитание гражданина, привить ему любовь к своему государству, стране, Родине.

Тема патриотизма получила широкое представление в советском кинематографе. Кинофильмы, повествующие о победе советского народа в Великой Отечественной войне (такие как «Разведчики», 1968; «Офицеры», 1971; «В бой идут одни старики», 1974; «Они сражались за Родину», 1975; «Батальоны просят огня», 1985), занимали центральное место в киноискусстве того времени, успешно выполняя задачу по патриотическому воспитанию поколений. Однако ввиду смены поколений советское патриотическое кино во многом стало непопулярно для современных молодых людей, что обязало государство искать новые пути трансляции идеи патриотизма гражданам посредством кинематографа.

Неслучайно одной из целей, обозначенных в итоговом отчете о деятельности департамента кинематографии Министерства культуры РФ, значится «Сохранение и развитие отечественной кинематографии как инструмента позитивного воздействия на массовое сознание населения, воспитания молодого поколения в духе высокой нравственности, гуманизма и патриотизма» [20].

В данной статье будут подвергнуты анализу основные способы репрезентации идеи патриотизма в современном российском кинодискурсе.

Анализ синтактико-грамматических особенностей функционально-прагматических единиц кинотекста

На основе выявленных нами структурно-содержательных, лингвистических и семиотических характеристик рассматриваемых кинолент, считаем возможным объединить данные произведения в единый класс кинофильмов, именуемых «патриотическими».

Под функционально-прагматическими единицами кинотекста мы понимаем предвещающие выход кинофильма в прокат и напрямую влияющие на его успех прагматически-ориентированные графические (визуальные) элементы кинотекста, наделенные полной или частичной автономией по отношению к содержанию кинопроизведения и взаимодействующие между собой на лингвистическом и прагматическом уровне, основной функцией которых является привлечение к просмотру кинофильма как можно большего числа зрителей. Наиболее важными функционально-прагматическими единицами кинотекста являются кинозаголовки, синопсис и слоган кинофильма, в задачу которых входит представление кинопроизведения перед его выходом на экраны, знакомство потенциальных зрителей с сюжетом киноленты и основными проблемами, поднимаемыми в кинокартине [21. С. 71]. Отметим, что наряду с рассматриваемыми нами функционально-прагматическими единицами кинотекста, представляется возможным выделить также процессуально-функциональные единицы кинотекста (сценарий, локализованный сценарий, декорации, дубли), не вступающие в непосредственное взаимодействие со зрителем и используемые в процессе создания кинофильма, подробное рассмотрение которых не является предметом исследования настоящей статьи.

Результат количественного анализа функционально-прагматических единиц кинотекста российских патриотических кинофильмов представлен в таблице (табл. 1).

В ходе анализа материала нами были выявлены следующие закономерности: в названиях патриотических кинофильмов наблюдается частотное использование прецедентных имен как особой составляющей данной функционально-прагматической единицы. Подчеркнем, что чаще всего прецедентное имя выносится в кинозаголовок, затем однократно представляется потенциальному зрителю в синопсисе кинопроизведения (как правило, в вводном предложении, описывающим протагониста) и далее не находит репрезентации в слогане. Такое явление представляется возможным объяснить степенью прагматического воздействия, оказываемого прецедентными именами: чем более яркие эмоциональные и культурно-специфические ассоциации связаны с конкретным прецедентным именем, выносимым в заголовок, тем меньше авторам функционально-прагматических единиц кинотекста требуется оказывать контекстуальное сопровождение в виде повторения связанных прецедентных единиц и/или пояснений, связанных с прецедентом.

Рассматривая структурный состав синопсисов российских патриотических кинофильмов, можно отметить характерные для данных функционально-прагматических единиц кинотекста рассматриваемых кинопроизведения структурные особенности: частое употребление односоставных предложений в самом начале текста, функционирование семантического повтора как наиболее частотного осложнения в конструкции предложения, многократное употребление дополнений и инверсионных конструкций. Конструкции

синопсисов отечественных патриотических кинофильмов по своему составу являются простыми и простыми осложненными предложениями, что позволяет авторам текста не только максимально понятно передать патриотическую составляющую кинокартины, но и интенсифицировать воздействие на адресата за счет использования «рубленных» конструкций и иных стилистических приемов осложнения.

Таблица 1 / Table 1

**Количество употреблений частей речи, выполняющих в предложении различные семантико-синтаксические функции /
The number of parts of speech uses performing various semantic and syntactic functions in a sentence**

Функции / Functions	Части речи / Part of speech	Количество / кинозаголовков // Frequency (movie titles)	Количество / слоган // Frequency (slogan)	Количество / синопсис // Frequency (sinopsys)
Признак / object feature	Прилагательные / Adjectives	7	9	147
Признак / object feature	Наречия / Adverbs	5	2	17
Действие / Action	Глаголы / Verbs	0	6	219
Предмет / Subject	Местоимения / Pronouns	1	3	42
Предмет / Subject	Числительные / Numeral adjectives	3	6	13
Предмет / Subject	Существительные / Nouns	18	28	314
Предмет / Subject	Прецедентные имена / Precedent names	12	1	22

Таблица 2 / Table 2

**Тип предложений по структурному составу на материале 21 кинофильма /
Sentence types for structural composition based on the material of 21 films**

Тип предложения / Sentence type	Количество / слоган // Frequency (slogan)	Количество / Синопсис // Frequency (synopsis)
Простое / simple sentence	5	39
Односоставное (неполное) / one-member sentence	14	11
Сложноподчиненное / complex sentence	0	10
Сложносочиненное / co-ordinated sentence	0	27
Осложненное / expanded sentence	2	40

Наиболее характерными конструкциями для слоганов российских патриотических кинофильмов являются определенно-личные и обобщенно-личные конструкции, позволяющие усилить эмоционально-прагматическое воздействие функционально-прагматических единиц кинотекста на реципиента благодаря проявлению эффекта переноса, который проявляется в непосредственной апелляции данной функционально-прагматической единицы кинотекста к потенциальному зрителю. Последний, в свою очередь, воспринимает слоган как непосредственное обращение к себе как отдельно взятой личности, за счет использования авторами слогана глагольных форм 1 или 2 лица множественного числа и опущения соответствующего местоимения, а также употребления глаголов инфинитивных и императивных конструкций. Так, например, инфинитивная конструкция может быть проиллюстрирована следующим слоганом: «Искупить кровью» («Ржев», 2019).

Структурный анализ частей речи и синтаксических компонентов функционально-прагматических единиц кинотекста отечественных патриотических кинофильмов позволил выделить связь между структурами кинозаголовков, синопсисов и слоганов рассматриваемых кинолент. В приведенной таблице (табл. 3), составленной в ходе проведения исследования, соотнесены функционально-прагматические единицы кинотекста российских кинофильмов патриотической направленности: каждая конструкция была приравнена к определенному числовому значению, после чего было проведено сравнение числовых рядов с помощью программ статистической обработки.

Проведенный анализ позволил сделать ряд выводов о соотношении между собой кинозаголовка, синопсиса и слогана российских патриотических кинофильмов. Отличительной особенностью структурно-содержательных характеристик анализируемых функционально-прагматических единиц кинотекста является их взаимосвязь друг с другом внутри данного класса элементов. Данная связь носит двусторонний характер, а взаимодействие функционально-прагматических единиц кинотекста на внутриклассовом уровне основано на взаимодополнении кинозаголовками, синопсисами и слоганами. Наибольшая степень связи наблюдается между структурно-содержательными характеристиками слогана и кинозаголовка кинофильма, что связано с их непосредственным взаимодействием в процессе рекламы кинопроизведения в прокате (в том числе совместном расположении на постере киноленты). Связь между тремя функционально-прагматическими единицами кинотекста является несколько меньшей, что не отменяет их комплексного взаимодействия (например, на интертекстуальном уровне [22. С. 74]). Между тем выявленные нами связи между кинозаголовком и синопсисом и слоганом и синопсисом носят обратный характер: ведущая роль в подобном взаимодействии принадлежит кинозаголовку или слогану, при этом чем более прецедентно-насыщенной будет структура названия кинофильма и связанного с ним слогана, тем меньшее количество прецедентных имен, раскрывающих используемые в них прецедентные составляющие, будет содержаться

в синопсисе кинокартины. Однако если в кинозаголовке и синопсисе кинопроизведения структурная составляющая будет носить скорее предметный характер, то в синопсисе кинофильма акцент авторами будет смещен на действенный аспект, раскрывающий сюжет киноленты при помощи, например, глагольных форм и употребления подчиненных грамматических конструктов: «...**Воевал**, как все: в грязи, холоде и голоде, **не заглядывая** в будущее больше, чем на один день, да и тот **надо было суметь прожить**. **Прожить и выжить** в аду, **которым была военная передовая**...» («Утомленные солнцем 2. Предстояние», 2010).

Таблица 3 / Table 3

Корреляция по частотности употребления частей речи в функционально-прагматических единицах кинотекста / Correlation by frequency of parts of speech use in functional and pragmatic elements of the film text

Корреляция / Correlation				
Функционально-прагматическая единица текста / Functional-pragmatic unit of text		Части речи (заголовок) / Parts of speech (title)	Части речи (слоган) / Parts of speech (slogan)	Части речи (синопсис) / Parts of speech (synopsis)
Части речи (заголовок) / Parts of speech (title)	Корреляция Пирсона / Pearson correlation coefficient	1	,924**	-,931*
	Знч.(2-сторон.) / two-sided significance		,003	,022
	N	21	21	21
Части речи (слоган) / Parts of speech (slogan)	Корреляция Пирсона / Pearson correlation coefficient	,924**	1	-,728
	Знч.(2-сторон.) / two-sided significance	,003		,164
	N	21	21	21
Части речи (синопсис) / Parts of speech (synopsis)	Корреляция Пирсона / Pearson correlation coefficient	-,931*	-,728	1
	Знч.(2-сторон.) / two-sided significance	,022	,164	
	N	21	21	21

Таблица 4 / Table 4
Корреляция по частотности употребления грамматических конструкций в функционально-прагматических единицах кинотекста / Correlation by frequency of grammatical constructions use in functional and pragmatic elements of the film text

Корреляционные связи / Correlations	Части речи заголовков / Parts of speech (title)	Части речи слоганов / Parts of speech (slogan)	Части речи синописис / Parts of speech (synopsis)	по Спирмена / Spearman rank correlation coefficient	Тип конструкции заголовков / Structure type (title)	Тип конструкции слоганов / Structure type (slogan)	Тип конструкции синописис / Structure type (synopsis)	Коэффициент корреляции / Correlation index	Части речи заголовков / Parts of speech (title)	Части речи слоганов / Parts of speech (slogan)	Части речи синописис / Parts of speech (synopsis)	Коэффициент корреляции / Correlation index	Знач. (2-сторон)	N	21	,955**	1,000	,975**	-,975*	-,975*
Тай-б Кендалла / Kendall tau correlation coefficient	Коэффициент корреляции / Correlation index	1,000	,878**	-1,000*																
	Знач. (2-сторон) / two-sided significance		,006																	
	N	21	21	21																
Тай-б Кендалла / Kendall tau correlation coefficient	Коэффициент корреляции / Correlation index	,878**	1,000	-,949*																
	Знач. (2-сторон) / two-sided significance		,006	0,23																
	N	21	21	21																
Тай-б Кендалла / Kendall tau correlation coefficient	Коэффициент корреляции / Correlation index	-1,000**	-,949*	1,000																
	Знач. (2-сторон) / two-sided significance		,023																	
	N	21	21	21																

** Корреляция значима на уровне 0.01 (2-сторон.)

* Корреляция значима на уровне 0.05 (2-сторон.)

Структурно-семантический анализ функционально-прагматических единиц кинотекста и прагматическая составляющая российского патриотического кино

Рассмотрение лингвистических и семиотических характеристик функционально-прагматических единиц кинотекста российских патриотических кинофильмов уместным будет начать с анализа их структурной составляющей.

Структура кинозаголовка отечественных кинофильмов патриотической направленности представляет собой конструкцию, композиционно состоящую из одной или двух частей: «Брестская крепость» (2010), «Сталинград» (2013), «Лев Яшин. Вратарь моей мечты» (2020), «Валерий Харламов. Дополнительное время» (2007), «Сибирь. Монамур» (2011). Двухчастная конструкция кинозаголовка как правило предполагает наличие прецедентного имени (речь о роли прецедентных имен в передаче идеи патриотизма пойдет в заключительной части данной статьи) протагониста, исторического события или топонима и лексемы, стилистически поясняющей заложенную авторами в названии кинопроизведения мысль. Подобная структура кинозаголовка позволяет сохранить его значимые характеристики (лаконичность, эмоциональность) и в полной мере осуществить реализацию его аттрактивной и рекламной функций. Реализацию описываемых функций кинозаголовка мы видим в оказании воздействия на потенциального зрителя до просмотра кинофильма [23. С. 360].

По своей структуре большинство синопсисов российских патриотических кинофильмов состоят из двух смысловых частей, иногда подразделенных на соответствующее количество абзацев и соответствующих основным идеям, которые необходимо передать потенциальному зрителю, выбирающему кинофильм к просмотру. Наряду с темпоральной локализацией кинопроизведения во времени, погружающей потенциального зрителя в конкретную эпоху, в большинстве случаев повествование начинается именно с идеи необходимости победы в войне или любой другой области для страны и государства, а уже потом для отдельно взятой личности. Подобный подход в целом характерен для российского военного кино, однако довольно необычен в спортивных и исторических драмах, где, как правило, упор сделан на биографию конкретной личности (экипажа, команды). Например, уже в первой части (абзаце) синопсисов исторических драм про освоение космического пространства зрителю показывают, как важно было приобрести, а затем удержать первенство в космической гонке, ценность «космических побед» для СССР. Второй абзац синопсисов патриотических кинофильмов содержит краткий исторический экскурс и упоминание роли главного героя кинопроизведения в описываемом историческом событии. Отметим, что подобная структура синопсисов отечественных кинофильмов патриотической направленности позволяет грамотно донести до зрителя основную идею киноповествования (патриотизм, любовь к Родине и др.), тем самым способствуя осуществлению основной задачи функционально-прагматической единицы. Иными словами,

основополагающая мысль, закладываемая авторами в кинопроизведение, — необходимость и значимость той или иной победы прежде всего для страны, а потом уже для отдельно взятой личности, главного героя/героев киноленты. В качестве примера, иллюстрирующего данные характеристики проанализированной единицы кинотекста российского патриотического кинофильма, приведем синопсис кинофильма «Время первых» (2017):

«1960-е, разгар холодной войны. Две супердержавы — СССР и США — бьются за первенство в космической гонке. Пока СССР впереди, на очереди — выход человека в открытый космос. За две недели до старта взрывается тестовый корабль. Времени на выявление причин нет. Опытный военный летчик Павел Беляев и его напарник Алексей Леонов, необстрелянный и горячий, мечтающий о подвиге, — два человека, готовые шагнуть в неизвестность. Но никто не мог даже предположить всего, с чем им предстояло столкнуться в полете. В этой миссии все, что только могло, пошло не так».

Существуют также случаи иного структурного построения синопсиса российских патриотических кинофильмов. При разделении синопсиса киноленты на три смысловые части во втором предложении (абзаце) функционально-прагматической единицы зрителю тем или иным способом описывается историческое событие, в рамках которого развивается сюжетная линия повествования; третья смысловая часть (абзац) синопсиса поясняет зрителю личный вклад протагониста кинопроизведения в происходящее («Легенда № 17», 2012):

«2 сентября 1972 года. Монреаль. Хоккейная сборная СССР с разгромным счетом 7:3 победила канадских профессионалов из НХЛ в стартовом матче эпохальной Суперсерии СССР—Канада. Это была не просто игра, это была битва за свою страну, которая перевернула мировое представление о хоккее. Теперь весь мир знал его просто по номеру 17. Валерий Харламов, забивший в том матче 2 шайбы, мгновенно взлетел на вершину славы. Сбылась его мечта — упорство, спортивный талант и суровые уроки великого тренера Анатолия Тарасова сделали из „номера 17“ легенду мирового хоккея».

Среди проанализированных нами кинофильмов исключение с точки зрения композиционного построения синопсиса составляет только «Гагарин. Первый в космосе» (2013) — в данной функционально-прагматической единице кинотекста с самого начала речь идет о протагонисте повествования. Подобный прием авторов синопсиса легко объясним: помимо очевидной социокультурной составляющей (имя Юрия Гагарина известно каждому россиянину) с точки зрения реализации идеи патриотизма первый космонавт Земли является символом победы СССР над США в космической гонке:

«Фильм посвящен первым шагам человечества на пути освоения космоса и непосредственно судьбе первого космонавта Ю.А. Гагарина. Основной лейтмотив — борьба за право быть первым: соревнование в первом отряде космонавтов; конкуренция технологий в ракетостроении; противостояние сверхдержав — СССР и США».

В первый отряд космонавтов отбирали из трех тысяч летчиков-истребителей по всей стране. В легендарную двадцатку попали лучшие из лучших. Кто из них полетит первым, не знал никто. На этом пути пришлось бороться не только с земным притяжением...»

Структура слоганов российских патриотических кинофильмов как правило включает в себя одно предложение, по своей семантике являющимся завершенной мыслью: *Великое кино о великой войне* («Утомленные солнцем 2. Предстояние», 2010), *Два часа настоящей жизни* («Высоцкий. Спасибо, что живой», 2011), *Бог забыл их, но они не забывают Бога* («Сибирь. Монамур», 2011).

Синописы и слоганы российских патриотических кинофильмов также взаимодействуют между собой на межтекстовом уровне: последние выполняют роль эхо-фраз в данных кинопроизведениях, «вызывая у зрителя определенные ассоциации с жанром и тематикой кинопроизведения» [22. С. 242], а, в случае с патриотической направленностью фильма, еще и постулируя определенные идеи, заложенные режиссерами в киноленте. За счет ряда своих характеристик (броскость, четкость и понятность типичному представителю целевой аудитории кинопроизведения) [21. С. 358], слоганы рассматриваемых патриотических кинофильмов по своей структуре составляют выразительные фразы, апеллирующие к патриотическому воспитанию потенциального зрителя:

СЛОГАН: *Родина — одна на все времена* («Туман», 2010);

СИНОПСИС: *«Отряд молодых бойцов Российской Армии отрывается от основного строя во время марш-броска, дабы сократить путь, бежит наперерез, но попадает в туман, который переносит его в прошлое, в годы Великой Отечественной войны. Ребята, видевшие войну только в кино, попадают в лапы безжалостных событий того времени. Все на грани: храбрость, страх, любовь, ненависть, жизнь, смерть. И некогда задавать вопросы. Живи, дерись за Родину — она одна на все времена».*

Идея патриотизма также передается авторами в функционально-прагматических единицах кинотекста кинофильмов российских патриотических кинофильмов периода 2010—2020 гг. при помощи различных стилистических средств как на лексическом, так и на синтаксическом уровне. Проведенный авторами статьи анализ показал, что наиболее частотными стилистическими средствами, употребляемыми в синописах и слоганах рассматриваемых кинофильмов, на лексическом уровне являются:

- *Сравнение*, строящееся, как правило, на противопоставлении обученных солдат противника и не совсем подготовленных к сражениям советских солдат: *...Это не обычные солдаты-пехотинцы, это опытные, тренированные диверсанты, элита войск СС, «сверхлюди». А против них — старшина Васков и пять девчонок-зенитчиц* («А зори здесь тихие...») (2015).
- *Градация*, применяющаяся для продвижения идеи патриотизма, подчеркивающая силу противников, с которыми приходилось бороться нашим

предкам в той или иной сфере, а также величие их самих: ... *победы духа, победы страны, победы всего мира ... Никто даже помыслить не мог о том, что это возможно — обыграть великодушных непогрешимых американцев на Олимпийских играх!*» («Движение вверх», 2017); ... *опытные, тренированные диверсанты, элита войск СС, «сверхлюди»* («А зори здесь тихие...», 2015); Своей службой «Батальон смерти» подает *пример храбрости, мужества и спокойствия, поднимает дух солдат* и доказывает, что каждая из *этих женщин-героев* достойна звания воина русской армии» («Батальонъ», 2014); Раневич собирает друзей и вновь выходит на поле *играть за свою честь, за любовь, за Родину!*» («Матч», 2012).

- *Лексический повтор*, подчеркивающий уникальные подвиги народа и отдельно взятых личностей (*Никто даже помыслить не мог о том, что это возможно — обыграть великодушных непогрешимых американцев на Олимпийских играх! Никто, кроме советских баскетболистов (русских и грузин, украинцев и казахов, белорусов и литовцев)* и их настойчивое стремление к цели (... *вера в себя, вера в победу*) («Чемпионы», 2014).
- *Эпитеты*, прославляющие наших соотечественников перед потомками и подчеркивающие их вклад в победы страны (куда также можно отнести эмоционально-окрашенную лексему «легенда», употребляющуюся в спортивных драмах и исторических драмах про космос (Они стали *легендами мирового спорта*; реальные истории трех *легендарных российских спортсменов* («Чемпионы: быстрее, выше, сильнее», 2016); *Сбылась его мечта — упорство, спортивный талант и суровые уроки великого тренера Анатолия Тарасова сделали из «номера 17» легенду мирового хоккея* («Легенда № 17», 2012); *великий тренер сборной СССР был готов на все, лишь бы помочь своим подопечным разбить американский миф о непотопляемой команде мечты ... Ведь он знал, что создал самую сильную сборную на планете...; в легендарную двадцатку попали лучшие из лучших* («Движение вверх», 2017); иллюстрирующие величие страны, нации или отдельно взятой личности, а также подчеркивающие важность противостояний страны, нации или отдельно взятой личности — протагониста повествования: *Хоккейная сборная СССР с разгромным счетом 7:3 победила канадских профессионалов из НХЛ в стартовом матче эпической Суперсерии СССР—Канада; «таким триумфом стали легендарные «три секунды» — выигрыш сборной СССР по баскетболу на роковой мюнхенской Олимпиаде 1972»; когда проигрыш означал поражение страны, когда нужно было выходить и бороться в раскаленной обстановке из-за произошедшего теракта*) («Движение вверх», 2017).

Все описанные фигуры речи несут, помимо всего прочего, яркий эмоциональный оттенок, что способствует усилению основной идеи, заложенной в синопсисах рассмотренных нами отечественных патриотических кинофильмов, — апелляция к подвигу русского народа, ценой многих жизней остановившего врага, а также героическим сражениям советских и российских

спортсменов и наших прославленных космонавтов, оставивших неизгладимый след в мировой истории.

Стилистические особенности кинозаголовков российских кинофильмов патриотической направленности в основном проявляются посредством графической составляющей. Так, в названии кинофильма «Батальонъ» (2014) присутствует твердый знак, характерный для дореволюционной орфографии, а кинозаголовок «Легенда № 17» содержит графическое отображение лексемы «номер». В первом случае описанный стилистический прием использован авторами заголовка для создания апелляции к эпохе, в которой происходит развитие сюжета кинокартины (действие разворачивается весной 1917 года). Графическая составляющая, присутствующая во втором примере, связана с удобством чтения потенциальным зрителем кинозаголовка.

Стилистические особенности функционально-прагматических единиц кинотекста российских патриотических кинофильмов в основном связаны с рассмотрением текстов синопсисов указанных кинопроизведений по цели высказывания. В ходе исследования наиболее частотным типом предложений по цели высказывания оказались повествовательные предложения, на втором месте — побудительные, наименее частотным типом оказались вопросительные предложения.

Результат подобного статистического анализа может объясняться следующим образом: для синопсисов любого кинофильма характерным является описание тех или иных событий, составляющих сюжет кинопроизведения. Применительно к фильмам патриотического характера подобным описанием может служить локализация событий во времени и пространстве (например, указание на год и место боевых действий или спортивных баталий), а также первоначальное представление протагонистов потенциальному зрителю, что обуславливает необходимость использования в первую очередь предложений повествовательного типа.

Преобладание побудительных предложений над вопросительными, в свою очередь, обусловлено характерной чертой русской культуры [24]. Для ее носителей подобный тип высказывания не несет отрицательных коннотаций, а служит, скорее, призывом, руководством к действию: (... *Живи, дерись за Родину — она одна на все времена* («Туман», 2010). Кроме того, в синопсисах российских спортивных драм восклицательные предложения подчеркивают факт невероятной победы, эпохального события, совершенного нашими спортсменами и восхищение их подвигом на спортивной арене (*Они стали легендами мирового спорта и дали возможность всей стране сказать: «Мы победили!»*) («Чемпионы: быстрее, выше, сильнее», 2016); *Никто даже помыслить не мог о том, что это возможно — обыграть великодушных непогрешимых американцев на Олимпийских играх!* («Движение вверх», 2017).

Побудительные конструкции свойственны и слоганам отечественных патриотических кинофильмов. Структурно представляя собой восклицательное предложение, слоганы рассматриваемых кинофильмов содержат призывы,

порой переходящие в команды: *Я умираю, но не сдаюсь!* («Брестская крепость», 2010); *Ни шагу назад!* («Утомленные солнцем 2. Цитадель», 2011), ориентированные в том числе и на потенциального зрителя, погружающие его в атмосферу (в данном случае) военного противостояния и побуждающие испытывать гордость за свою страну-победителя.

Вопросительные предложения в синопсисах российских патриотических кинофильмов по большей части представлены риторическими вопросами, подчеркивающими масштаб жертвы, которую готовы понести герои кинофильма ради спасения своей страны или даже всего мира (*Смогут ли старшина и его хрупкие новобранцы предотвратить нацистскую диверсию, и какой ценой?* («А зори здесь тихие...», 2015); *Смогут ли два человека предотвратить неминуемую катастрофу и спасти планету от падения станции?* («Салют-7», 2016).

Говоря о синтаксисе функционально-прагматических единиц кинотекста отечественных фильмов патриотической направленности, необходимо отдельно отметить присутствие в них элементов «рубленого» стиля. Подобный стилистический прием свойственен в основном синопсисам анализируемых нами кинофильмов. В основном «рубленный» стиль присутствует в начале данных функционально-прагматических единиц кинотекста, позволяя погрузить потенциального зрителя в эпоху, описываемую в кинокартине, одновременно актуализировав события киноленты во времени: *(2 сентября 1972 года. Монреаль... («Легенда № 17», 2012)*, а также иногда служит своего рода попыткой авторов синопсисов пробудить в потенциальном зрителе эмоциональное напряжение *(1942-й год. Сталинград. Советские войска планируют контрнаступление на немецкие части, занявшие правый берег Волги. Наступление сорвано... («Сталинград», 2013); 60-е. Разгар холодной войны. Две супердержавы, СССР и США, бьются за первенство в космической гонке. Пока СССР впереди, на очереди — выход человека в открытый космос... («Время первых», 2017).*

Указанные лексические, синтаксические и стилистические средства находят свое непосредственное проявление в функционально-прагматических единицах кинотекста российских патриотических кинофильмов. Действуя в совокупности, данные лингвистические средства составляют прагматическую направленность кинофильма и его составных частей (кинозаголовков, синопсисов и слоганов) обеспечивая реализацию идеи патриотизма и ее передачу патриотического содержания кинопроизведения потенциальному зрителю.

Рассмотрим подробнее тематику российского патриотического кинематографа. Тема патриотизма представлена в отечественном кино последние 20 лет. Центральное место в ней занимают киноленты, посвященные военным победам русского народа, что роднит российский кинематограф с кинематографом советским. Стоит отметить, что в сознании россиянина словосочетание «патриотическое кино» также прочно ассоциируется с жанром военной драмы, что подтверждает проведенный нами опрос 120 респондентов, 86 из

которых указали военную тематику в качестве основной для российского патриотического кинематографа. В свою очередь, данный пласт патриотического кино в основном представлен кинофильмами, описывающими события Великой Отечественной войны. Преимущество отечественных кинофильмов, снятых в жанре «военная драма», заключается в их неоднократном воспроизведении на телевидении (в основном применительно к национальным праздникам — День защитника Отечества, День Победы) после окончания проката в кинотеатрах страны. Некоторые из них выходят также и в версии телесериала, как произошло с фильмом «Туман», вышедшем в большой кинопрокат в 2010 году, а затем транслировавшийся на российских телеканалах в 2011 г. Учитывая, что по состоянию на 2018—2019 годы телесериалы и художественные фильмы занимают ведущие позиции в распределении типов телепрограмм в сетке вещания общероссийских бесплатных общедоступных телеканалов, возможность отечественных военно-патриотических фильмов к повторному воспроизведению за пределами кинотеатров повышает вероятность и успех трансляции патриотических ценностей в общество [25. С. 96—97].

Основной идея, заложенной в недавно вышедших российских фильмах про войну, — героический подвиг солдат Великой Отечественной войны. В качестве примера, наиболее ярко иллюстрирующего идею великого подвига народа, авторами предлагается синопсис фильма «А зори здесь тихие... (2017)»:

«Май 1942 года. В самый разгар Великой Отечественной войны вдалеке от линии фронта, у забытого богом разъезда, фашисты выбрасывают десант с целью пробраться на Кировскую железную дорогу и Беломорско-Балтийский канал. Это не обычные солдаты-пехотинцы, это опытные, тренированные диверсанты, элита войск СС, «сверхлюди». А против них — старшина Васков и пять девчонок-зенитчиц. Казалось бы, бой местного значения, но на кону — стратегически важная транспортная артерия, соединяющая значимые центры страны. Смогут ли старшина и его хрупкие новобранцы предотвратить нацистскую диверсию, и какой ценой?»

Синопсис построен на противопоставлении обученных, профессиональных войск фашистской Германии и неопытных советских солдат, большинство которых — женщины, чьим призванием не является война: *«Это не обычные солдаты-пехотинцы, это опытные, тренированные диверсанты, элита войск СС, «сверхлюди». А против них — старшина Васков и пять девчонок-зенитчиц.* Следом подчеркивается важность выполнения их задачи: *«Казалось бы, бой местного значения, но на кону — стратегически важная транспортная артерия, соединяющая значимые центры страны.* Завершается функционально-прагматическая единица кинотекста риторическим вопросом *«Смогут ли старшина и его хрупкие новобранцы предотвратить нацистскую диверсию, и какой ценой?»*, ответ на который сразу же ясен носителю русской культуры — защитники готовы на все, чтобы не дать врагу захватить важный стратегический пункт и, если придется, отдадут свои жизни, что подчеркивается финальными словами «и какой ценой?»

Значение великого подвига народа подчеркивается во всех без исключения фильмах про войну. Приведем примеры синопсисов некоторых российских кинофильмов, снятых в жанре «военная драма»:

«Фильм рассказывает о героической обороне Брестской крепости, которая приняла на себя первый удар немецко-фашистских захватчиков 22 июня 1941 года. («Брестская крепость, 2010»); ... Им дан приказ удержатъ его любой ценой. Кроме нескольких чудом уцелевших советских солдат они находят в доме его последнюю жительницу — 19-летнюю Катю. («Сталинград», 2013); По приказу Временного правительства для поднятия боевого духа создается женский «Батальон смерти» под командованием георгиевского кавалера Марии Бочкаревой» («Батальонъ», 2014).

Анализ слоганов кинофильмов про войну показал применение режиссерами аналогичных с присутствующими в синопсисах данных кинофильмов стратегий. Исходя из предпринятого нами анализа, можно сделать вывод о схожей идее патриотической направленности: значимость Великой Отечественной Войны и победы в ней для истории России — *Великое кино о великой войне* («Утомленные солнцем 2. Предстояние», 2010), героический подвиг народа — *Я умираю, но не сдаюсь!* («Брестская крепость», 2010); любовь к своей стране — *Родина — одна на все времена* («Туман», 2010).

К числу прагматически значимых приемов, используемых в слоганах отечественных патриотических кинофильмов, можно также отнести употребление соответствующих местоимений. Наиболее частотное личное местоимение, встречающееся в слоганах кинофильмов, — местоимение «нас». В качестве примера, наиболее ярко иллюстрирующего данную мысль, можно привести слоган к фильму «Чемпионы» (2014), звучащий как *Победы, которые у нас уже есть*. Посредством личного местоимения «нас», режиссер ассоциирует потенциального зрителя с победами, совершенными российскими спортсменами. Подобный прием апеллирует к тщеславию адресата, заставляет его испытывать чувство патриотизма и гордости за свою страну, а также считать себя частью этих великих побед на спортивной арене. Схожим по воздействию на потенциального зрителя прием является обращение на «ты» в синопсисах рассматриваемых нами российских кинофильмов. В первую очередь использование подобного, несколько фамильярного, обращения связано с непосредственной апелляцией авторов кинофильма к потенциальному зрителю, что в целом характерно для российской массовой культуры [26. С. 81] и, в данном случае, может рассматриваться как призыв адресата к действию: *Живи, дерись за Родину — она одна на все времена* («Туман», 2010). Считаем необходимым подчеркнуть, что подобный прием включает в себя и стилистическую составляющую, ввиду чего является правомерным его классификация как прагматико-стилистический.

Еще одним приемом, включающим в себя прагматическую составляющую, является применение графического компонента на лексическом уровне синопсисов и слоганов. Так, лексема «Родина» в рассмотренных нами функционально-прагматических единицах кинотекста всегда употребляется

в написании с прописной буквы, что лишний раз подчеркивает патриотическую направленность кинофильмов и развивает мысль о том, что Родина у человека одна, за нее необходимо сражаться, ей необходимо приносить пользу: ... *Раневич собирает друзей и вновь выходит на поле **играть за свою честь, за любовь, за Родину!*** («Матч», 2012).

Лексико-стилистическая составляющая кинозаголовков российских патриотических фильмов также может оказать существенное прагматическое влияние на потенциального зрителя. Так, используя лексему «первый» в заголовках кинофильмов «Гагарин. Первый в космосе» (2013) и «Время первых» (2017), авторы функционально-прагматических единиц акцентируют внимание потенциальной аудитории на «первопроходцах космоса», людей, совершивших в мировой истории нечто новое, до этого не покорявшееся никому. Подобные названия также передают идею патриотизма, пробуждая в потенциальном зрителе чувство гордости за свою страну, которая первой освоила космическое пространство.

В последнее время можно наблюдать успешную попытку пропаганды идеи патриотизма в российском кино с использованием иных жанров кинематографа. Характерным примером смещения акцента с военной тематики при производстве патриотических кинофильмов могут служить произведения, снятые в жанре т.н. «спортивной драмы», повествование о важнейших достижениях нашей страны в покорении космоса, а также обращение к различным топонимам страны.

Говоря про функционально-прагматические единицы кинотекста кинопроизведений, повествующих о победах СССР и России на спортивной арене, необходимо отметить наличие прагматических стратегий, схожих с теми, которые можно было наблюдать в синопсисах и слогана кинофильмов жанра «военная драма». Их цель — пробудить в зрителях чувство гордости и восхищения за свою державу.

Значимая победа советских и российских спортсменов на международной арене представлена, прежде всего, как подвиг, совершенный во имя своей страны. Синопсисы и слоганы спортивных драм сосредотачивают внимание потенциальных зрителей на «сражениях» за сборную своей страны и повествуют, помимо судьбы конкретно взятой личности-протагониста кинопроизведения, о необходимости и значимости определенной победы для государства и его жителей: *Они ... дали возможность всей стране сказать «**Мы победили!**»* («Чемпионы: быстрее, выше, сильнее», 2016); *Раневич собирает друзей и вновь выходит на поле **играть за свою честь, за любовь, за Родину!*** («Матч», 2012); *Это была не просто игра, это была битва за свою страну, которая перевернула мировое представление о хоккее* («Легенда № 17», 2012); *Есть победы, которые меняют ход истории. Победы духа, победы страны, победы всего мира ... Когда проигрши означал поражение страны ... Никто даже помыслить не мог о том, что это возможно — обыграть великолепных непогрешимых американцев на Олимпийских играх!* («Движение вверх», 2017).

Близкие по прагматической составляющей приемы можно встретить и в синопсисах российских исторических драм, повествующих о покорении космоса советским народом. Практически во всех синопсисах кинофильмов подобного жанра подчеркивается противостояние СССР и США в борьбе за первенство в освоении космического пространства, а также идея о том, что в этой сфере Советскому Союзу нельзя было упустить лидерство: *Две супердержавы, СССР и США, бьются за первенство в космической гонке. Пока СССР впереди, на очереди — выход человека в открытый космос. За две недели до старта взрывается тестовый корабль. Времени на выявление причин нет. И пусть риски огромны, мы не можем уступить лидерство* («Время первых», 2013); *Основной лейтмотив — борьба за право быть первым: соревнование в первом отряде космонавтов; конкуренция технологий в ракетостроении; противостояние сверхдержав — СССР и США.* («Гагарин. Первый в космосе», 2013); *Фильм основан на реальных событиях: полет к станции «Салют-7» в 1985 году считается самым сложным полетом в истории космонавтики* («Салют-7», 2016).

Характерной чертой синопсисов исторических драм, повествующих об освоении космического пространства, является неоднократное подчеркивание рискованности действий космонавтов и их готовность пожертвовать собой ради выполнения поставленной задачи: *...На этом пути пришлось бороться не только с земным притяжением...* («Гагарин. Первый в космосе», 2013); *... впервые в мире провести стыковку с 20-тонной глыбой неуправляемого железа; Но этот рискованный путь — единственно возможный.* («Салют-7», 2016); *И пусть риски огромны, мы не можем уступить лидерство; ... два человека, готовые шагнуть в неизвестность* («Время первых», 2013).

В соответствии с проведенным нами анализом российских патриотических кинофильмов, повествующих о победах прославленных отечественных спортсменов на международной арене и летчиках-космонавтах, внесших особый вклад в развитие космической программы СССР, считаем необходимым указать на основной посыл данных кинолент: лейтмотивом данных произведений является идея о необходимости завоевания и сохранения первенства в спорте и космическом пространстве. Все рассматриваемые кинофильмы подобного жанра по своей сути являются некой «гражданской версией» кинокартин о войне и, соответственно, преподносят зрителю похожие идеи — идея подвига народа заменяется на идею подвига команды или отдельно взятой личности во имя своей страны, часто сопровождающуюся самопожертвованием, которое, как отмечалось выше, является характерной чертой русского патриотизма.

Прецедентность российских патриотических кинофильмов

В качестве отдельной составляющей прагматической направленности российских патриотических кинофильмов необходимо отметить апелляцию

к прецедентным именам, ситуациям и высказываниям, присутствующим в функционально-прагматических единицах кинотекста рассматриваемых нами кинопроизведений. При анализе прецедентной составляющей кинозаголовков, синопсисов и слоганов отечественных кинофильмов уместным будет, на наш взгляд, использовать сложившийся терминологический аппарат российских исследователей. Так, под прецедентным именем мы, вслед за И.В. Захаренко, В.В. Красных, Д.Б. Гудковым и Д.В. Багаевой, понимаем «индивидуальное имя, связанное с широко известным текстом, как правило, относящимся к прецедентным <...> или прецедентной ситуацией ...» [27. С. 83]. В свою очередь, понятие прецедентного высказывания рассматривается авторами как «репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности; законченная и самодостаточная единица, которая может быть или не быть предикативной; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу» [27. С. 83], а прецедентная ситуация трактуется как «некая „эталонная“, „идеальная“ ситуация, связанная с набором определенных коннотаций, дифференциальные признаки которой входят в когнитивную базу» [27. С. 84].

Итак, прецедентными именами российских патриотических кинофильмов являются имена знаменитых личностей, оставивших след в истории страны, а также наименования важных с точки зрения сюжета феноменов и названия предыдущих частей самих кинофильмов. Как показывает анализ нашей картотеки, прецедентные имена в подавляющем большинстве присутствуют в кинозаголовках рассматриваемых кинофильмов. Очевидной является прагматическая составляющая данного приема авторов кинозаголовка — название является первым элементом кинофильма, с которым знакомится потенциальный зритель до просмотра киноленты, способным оказывать влияние на восприятие произведения потенциальным зрителем, вызывая в его сознании определенные ассоциации и желание посетить киносеанс [17. С. 37]. Наличие в заголовке кинопроизведения прецедентного имени, выполняющего роль интертекстуальной отсылки к конкретной личности или иному значимому для потенциального зрителя названию, побуждает последнего сосредоточить внимание на определенном кинофильме, что повышает шансы на его успех в прокате. Так, российскому патриотическому кино свойственны апелляции к конкретным историческим личностям («Гагарин. Первый в космосе», 2013; «Лев Яшин. Вратарь моей мечты», 2020; «Высоцкий. Спасибо, что живой», 2011; «Поддубный», 2012; «Т-34», 2018; «Калашников», 2020; «Салют-7», 2016). Отметим, что апелляция, присутствующая в заголовке кинофильма «Салют-7», на наш взгляд, не является достаточно информативной, чтобы вызвать у зрителя определенные ассоциации — название станции неизвестно широкому кругу российских зрителей. Однако название является достаточно броским, чтобы пробудить интерес в потенциальном зрителе и склонить его к знакомству, например, с остальными функционально-прагматическими единицами кинотекста. Уже при знакомстве с синопсисом данной киноленты, по своим свойствам

являющимся дополнительной функционально-прагматической единицей кинотекста [22. С. 241], потенциальный зритель прояснит для себя значение прецедентного имени названия произведения (*Космическая станция «Салют-7», находящаяся на орбите в беспилотном режиме, неожиданно перестает отвечать на сигналы центра управления полетом*). Апелляции к прецедентным фильмам российского кинематографа также частично могут передавать идею патриотизма. Так, прецедентное название кинофильма «Утомленные солнцем», повествующего о событиях Великой Отечественной войны, положено в основу следующих двух частей киноистории Н.С. Михалкова — «Утомленные солнцем 2. Предстояние» (2010) и «Утомленные солнцем 2. Цитадель» (2011). Таким образом, прецедентное название кинофильма позволяет создать уверенное представление о фильме — продолжении киноистории у потенциального зрителя, а тематика войны, объединяющая все три части киноленты, также наведет аудиторию на патриотическую составляющую кинокартины. Прецедентные имена могут содержаться и в синопсисах патриотических кинолент. Так, в синопсисе кинофильма «Лев Яшин. Вратарь моей мечты» (2020) присутствует целый ряд прецедентных имен, представляющих собой прозвища знаменитого вратаря: *Черный паук*, *Черная пантера* и даже *Черный осьминог* — такими прозвищами награждали Льва Яшина за гибкость, молниеносное перемещение и гениальное видение поля.

В качестве прецедентной ситуации в заголовках отечественных патриотических кинофильмов можно выделить аллюзии («Сталинград», 2013) или прямые отсылки «Курская битва. И плавилась броня», документальный фильм, 2018) к сражениям Великой Отечественной войны или иным событиям, знакомым публике («Матч», 2010 — данное название как аллюзия на происходящие события тоже является не совсем удачным, поскольку не является прецедентным для широкого круга российских зрителей).

Прецедентные высказывание в основном закреплены в слоганах российских патриотических кинофильмов ввиду их броскости и прагматической направленности [22. С. 243]. Так, слоган кинофильма «Время первых» (2017) *Подними голову!* является прецедентным высказыванием по отношению к сюжету кинофильма: данная фраза была произнесена командованием ЦУП (Центр управления полетами) при возвращении А. Леонова на борт из космического пространства, в связи с чем возникла чрезвычайная ситуация, связанная с угрозой жизни космонавта [28. С. 188]. Прецедентным высказыванием также является слоган кинофильма «Утомленные солнцем 2. Цитадель» (2011) *Ни шагу назад!*: данное высказывание может быть известно российскому зрителю по Приказу № 227 Народного комиссара обороны СССР И.В. Сталина «О мерах по укреплению дисциплины и порядка в Красной Армии и запрещении самовольного отхода с боевых позиций» от 28 июля 1942 г., в среде командования и солдат Красной Армии именуемого «Ни шагу назад!». Помимо прецедентной составляющей данные слоганы кинофильмов также несут в себе яркий эмоциональный оттенок.

Указанные прецедентные компоненты функционально-прагматических единиц кинотекста апеллируют к патриотическим чувствам потенциального зрителя, пробуждая в последнем чувство гордости за свою страну.

Заключение

Подводя итог комплексному анализу функционально-прагматических единиц российских патриотических кинофильмов, можно сделать вывод о центральной роли идеи патриотизма в российских военных, спортивных и исторических фильмах. Идея патриотизма в функционально-прагматических единицах кинотекста рассматриваемых произведений передается при помощи эмоционально-окрашенной лексики, побуждающей потенциального зрителя гордиться своей страной, подвигом ее выдающихся граждан, а также ощущать себя частью великой страны; синтаксических особенностей, таких как «рубленный» стиль повествования и наличие восклицательных и вопросительных предложений в текстах синопсисов и слоганах кинофильмов. Особую значимость в передаче идеи патриотизма аудитории играют прецедентные имена, ситуации и высказывания, направленные на активизацию ассоциативных связей потенциального зрителя и пробуждение в нем чувства гордости за Отечество. Идея патриотизма, находящая непосредственное воплощение в функционально-прагматических единицах кинотекста, способствует реализации и основной функции: привлечение к просмотру конкретного кинофильма как можно большего количества зрителей. Проанализированные в данной статье структурно-содержательные характеристики функционально-прагматических единиц кинотекста отечественных патриотических кинофильмов сыграли немалую роль в пробуждении интереса российской публики к подобному жанру кинематографа. Одними из наиболее кассовых фильмов за последние 5 лет стали «Сталинград» (2013), «Салют-7» (2017), «Время первых» (2017). Самым кассовым российским фильмом признан «Движение вверх» (2017), который собрал в прокате рекордные 3 млрд рублей и привлек в кинозалы более 12 млн человек. Таким образом, тема величия страны, государства в той или иной сфере по-прежнему остается популярной у российского зрителя, что, в свою очередь, позволяет, применяя описанные выше стратегии в заголовках, синопсисах и слоганах кинофильмов, способствовать развитию чувства патриотизма в обществе.

Библиографический список

1. Данакари Р.А. Патриотизм и дружба народов как базисные детерминанты российской цивилизации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения. 2019. № 5. С. 193—204. <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2019.5.14>
2. АВАНТИ. Патриотизм сегодня... 14.09.2015. Режим доступа: https://businesspatriot.ru/events/patriotizm_segodnya/ (дата обращения: 17.07.2020).
3. ВЦИОМ. Всероссийский опрос: 2019. Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9156> (дата обращения: 17.07.2020).

4. Аргументы и факты. Интервью с М. Голованивской. 02.06.2014. Режим доступа: <http://www.aif.ru/society/opinion/1181183> (дата обращения: 17.07.2020).
5. *Лавриненко И.Н.* Критерии классификации кинодискурса // Вестник Харьковского национального университета. Дискурсология: семантика и прагматика. 2012. № 1003. С. 41—44.
6. *Слышкин Г.Г., Ефремова М.А.* Кинотекст (Опыт лингвокультурологического анализа). М.: Водолей Publishers, 2004.
7. Этнопсихологический словарь. Под ред. В.Г. Крысько. М.: МПСИ, 1999. Режим доступа: <http://endic.ru/ethnopsychology/Patriotizm-198.html> (дата обращения: 17.07.2020).
8. *Лесняк В.И., Орлов В.Б.* Патриотизм как ценность гражданского общества // Вестник ЮГУ. 2006. № 2 (3). С. 80—86.
9. *Адаева Н.В.* К пониманию сущности патриотизма и патриотического воспитания учащейся молодежи // ЧиО. 2012. № 1. С. 130—134.
10. *Табачкова З.П.* Патриотизм как базовый концепт русской ментальности // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сб. ст. по матер. LX междунар. науч.-практ. конф. № 5(60). Новосибирск: СибАК, 2016. С. 66—75.
11. *Лутовинов В.И.* Современный Российский патриотизм: сущность, особенности, основные направления // *Studia Humanitatis*. 2013. № 2. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-rossiyskiy-patriotizm-suschnost-osobennosti-osnovnyye-napravleniya> (дата обращения: 17.07.2020).
12. *Тер-Минасова С.Г.* Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000.
13. *Дуранов И.М.* К вопросу взаимосвязи воспитания гражданственности и патриотизма // Вестник ОГУ. 2002. № 1. С. 55—58.
14. Интервью с Владимиром Мединским. Ведомости. 20.04.2017. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/politics/news/2017/04/20/686681-medinskii-mid> (дата обращения: 17.07.2020).
15. «Сталинград» в Европе. Канал Культура. 11.11.2013. Режим доступа: https://tvkultura.ru/article/show/article_id/103003/ (дата обращения: 17.07.2020).
16. *Вакуленко Е.А.* Патриотическое воспитание в процессе становления личности подростка // «Патриотическое воспитание: от слов к делу»: Материалы научно-практической конференции. М., 2018. С. 60—64.
17. *Горшкова В.Е.* Название фильма как единица перевода и составляющая образа-смысла // Вестник Пермского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. 2014. № 10. С. 26—37.
18. *Нелюбина Ю.А.* Кинодискурс как объект лингвистического изучения // Челябинский гуманитарий. 2013. № 3 (24). С. 71—74.
19. *Алефиренко Н.Ф., Нуртазина М.Б., Шахпуртова З.Х.* (2021). Автохтонная синергия русского художественного дискурса // Русистика. 2021. № 19 (3). С. 253—270. <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-3-253-270>
20. Культура России. Итоговый отчет за 2012—2019 гг. Режим доступа: <https://www.mkrf.ru/activities/reports/> (дата обращения: 17.07.2020).
21. *Анисимов В.Е.* Интертекстуальность малоформатных текстов французского кинодискурса // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2020. Т. 11. № 2. С. 357—367. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2020-11-2-357-367>
22. *Анисимов В.Е.* Кинозаголовок, синопсис и слоган кинофильма как функционально-прагматические единицы кинотекста (на материале современного французского кинодискурса) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. Т. 13. Вып. 1. С. 240—245. <https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.1.48>
23. *Анисимов В.Е., Борисова А.С., Консон Г.Р.* Лингвокультурная локализация кинозаголовков // *Russian Journal of Linguistics*. 2019. Т. 23. № 2. С. 435—459. <https://doi.org/10.22363/2312-9182-2019-23-2-435-459>

24. Larina T. Culture-specific communicative styles as a framework for interpreting linguistic and cultural idiosyncrasies // *International Review of Pragmatics*. 2015. Vol. 7. № 5. P. 195—215.
25. Шариков А.В. Трансляции и просмотры художественных фильмов на российском телевидении: тенденции 2018-2019 годов // *Наука телевидения*. 2020. Т. 16. № 1. С. 81—160. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2020-16.1-81-160>
26. Борисова А.С., Найденова Н.С. Апеллятивные стратегии в современном французском печатном рекламном дискурсе: лингвокультурологический анализ // *Russian Journal of Linguistics*. 2013. № 2. С. 80—88.
27. Захаренко И.В., Красных В.В., Гудков Д.Б., Багаева Д.В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов // *Язык. Сознание. Коммуникация: Сб. статей. М., 1997. Вып. 1. С. 82—103.*
28. Леонов А. *Время Первых. Судьба моя — я сам*. М.: Litres, 2020.

References

1. Richard, A. & Danakari, R.A. (2019). Patriotism and friendship of peoples as the basic determinants of the Russian civilization. *Science Journal of Volgograd State University. History. Area Studies. International Relations*, 24(5), 193—204. <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2019.5.14> (In Russ.).
2. AVANTI. Patriotizm segodnya. URL: https://businesspatriot.ru/events/patriotizm_segodnya/ (accessed: 17.07.2020). (In Russ.).
3. Russian Public Opinion Research Centre (VCIOM), 2019. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9156> (accessed: 17.07.2020). (In Russ.).
4. Arguments and facts. Interview with M. Golovanivskaya. 02.06.2014. URL: <http://www.aif.ru/society/opinion/1181183> (accessed: 17.07.2020). (In Russ.).
5. Lavrinenko, I.M. (2012). Criteria of cinematic discourse classification. *Vestnik Khar'kovskogo natsional'nogo universiteta. Diskursologiya: semantika i pragmatika*, 1003, 41—44. (In Russ.).
6. Slyshkin, G.G. & Efremova, M.A. (2004). *Film Text: Experience of a Culturological Analysis*. Moscow: Vodolei Publishers. (In Russ.).
7. Ethnopsychological dictionary (1999). V.G. Krys'ko (ed.). Moscow, MPSI. URL: <http://endic.ru/ethnopsychology/Patriotizm-198.html> (accessed: 17.07.2020). (In Russ.).
8. Lesnyak, V.I. & Orlov, V.B. (2006) Patriotism as a value of civil society. *Yugra State University Bulletin*, 2(3), 80—86. (In Russ.).
9. Adaeva, N.V. (2012). To understanding the essence of patriotism and patriotic education of students. *'Chelovek i obrazovanie' (Man and Education) An academic journal*, 1, 130—134. (In Russ.).
10. Tabakova, Z.P. (2016). Patriotism as a basic concept of Russian mentality. In the world of science and art: questions of philology, art history and cultural studies: collection of articles on Mater. LX International Scientific and Practical Conference, Novosibirsk: SiBAK. Vol. 5(60). pp. 66—75. (In Russ.).
11. Lutovinov, V.I. (2013). Current Russian patriotism: matter, features, main directions. *Studia Humanitatis*, 2. URL: <http://st-hum.ru/content/lutovinov-vi-sovremenny-rossiyskiy-patriotizm-sushchnost-osobennosti-osnovnye-napravleniya> (accessed: 17.07.2020). (In Russ.).
12. Ter-Minasova, S.G. (2000). *Language and intercultural communication*. Moscow: Slovo. (In Russ.).
13. Duranov, I.M. (2002). On the issue of the relationship between the education of citizenship and patriotism. *Vestnik of the Orenburg State University*, 1, 55—58. (In Russ.).
14. Interview with Vladimir Medinsky. *Vedomosti*. 20.04.2017. URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/news/2017/04/20/686681-medinskii-mid> (accessed: 17.07.2020). (In Russ.).

15. “Stalingrad” in Europe. Culture Channel. 11.11.2013. URL: https://tvkultura.ru/article/show/article_id/103003/ (date of access: 17.07.2020). (In Russ.).
16. Vakulenko, E.A. (2018) Patriotic education in the process of becoming a teenager’s personality. “*Patriotic education: from words to deeds*”: *Materials of the scientific and practical conference*. Moscow. pp. 60—64. (In Russ.).
17. Gorshkova, V.E. (2014). Film Title as a Unit of Translation and a Unit of Image-Sense. *PNRPU Linguistics and Pedagogy Bulletin*, 10, 26—36. (In Russ.).
18. Nelyubina, Yu.A. (2013). Kinodiskurs as an object of linguistic study. *The Chelyabinsk Humanitarian Journal*, 3(24), 71—74. (In Russ.).
19. Alefirenko, N.F., Nurtazina, M.B. & Shakhputova, Z.K. (2021). Autochthonous synergy of Russian literary discourse. *Russian Language Studies*, 19(3), 253—270. <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-3-253-270> (In Russ.).
20. Culture of the Russian Federation. Final report 2012—2019. URL: <https://www.mkrf.ru/activities/reports/> (accessed: 17.07.2020). (In Russ.).
21. Anisimov, V.E. (2020). Intertextuality of the Small Texts of the French Film Discourse. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 11(2), 357—367. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2020-11-2-357-367> (In Russ.).
22. Anisimov, V.E. (2020). Title, Synopsis and Slogan as Functional and Pragmatic Elements of Film Text (by the Material of the Modern French Film Discourse). *Philology. Theory & Practice Manuscript*, 13(1), 240—245. (In Russ.). <https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.1.48>
23. Anisimov, V.E., Borissova, A.S. & Konson, G.R. (2019). Linguocultural Localization of Movie Titles. *Russian Journal of Linguistics*, 23 (2), 435—459. <https://doi.org/10.22363/2312-9182-2019-23-2-435-459> (In Russ.).
24. Larina, T. (2015). Culture-specific communicative styles as a framework for interpreting linguistic and cultural idiosyncrasies. *International Review of Pragmatics*, 7(5), 195—215.
25. Sharikov, A.V. (2020). Broadcasting and views of feature films on Russian television: trends of 2018—2019. *The Art and Science of Television*, 16 (1), 81—160. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2020-16.1-81-160> (In Russ.).
26. Borissova, A.S. & Naydenova, N.S. (2013). Appellative strategies in modern French printed advertising: intercultural analysis. *Russian Journal of Linguistics*, 2, 80—88. (In Russ.).
27. Zaharenko, I.V., Krasnyh, V.V., Gudkov, D.B. & Bagaeva, D.V. (1997). Precedent name and precedent statement as symbols of precedent phenomena. *Jazyk. Soznanie. Kommunikacija*. 1, 82—103. (In Russ.).
28. Leonov, A. (2020). *The Time of the First. My destiny is myself*. Moscow: Liters. (In Russ.).

Информация об авторах:

Анисимов Владислав Евгеньевич, кандидат филологических наук, ассистент кафедры иностранных языков филологического факультета РУДН, *сфера научных интересов*: кинодискурс, семиотика, переводоведение; *e-mail*: anisimov-ve@rudn.ru Scopus Author ID: 57222390645; ResearcherId: AAY-8885-2020.

Гафиятова Эльзара Васильевна, доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой теории и практики преподавания иностранных языков Института филологии и межкультурной коммуникации Казанского (Приволжского) федерального университета, *сфера научных интересов*: профессиональная коммуникация, подъязык, язык для специальных целей, языковое оценивание, академическое письмо; *e-mail*: rg-777@yandex.ru Scopus Author ID: 56716561200; ResearcherId: I-9556-2014.

Калинникова Екатерина Дмитриевна, аспирант кафедры иностранных языков филологического факультета РУДН, *сфера научных интересов*: семиотика, переводоведение, рекламный дискурс, математическая статистика; *e-mail*: 1042210137@rudn.ru

Information about the authors:

Vladislav E. Anisimov, PhD, Assistant Professor of the Department of Foreign Languages, Faculty of Philology, RUDN University, *research interests*: film discourse, semiotics, translation studies; *e-mail*: anisimov-ve@rudn.ru Scopus Author ID: 57222390645; ResearcherId: AAY-8885-2020.

Elzara V. Gafiyatova, DSc, Associate Professor, Head of the Department of Theory and Practice of Teaching Foreign Languages, Institute of Philology and Intercultural Communication, Kazan Federal University, *research interests*: professional communication, sublanguage, language for special purposes, language assessment, academic writing; *e-mail*: rg-777@yandex.ru Scopus Author ID: 56716561200; ResearcherId: I-9556-2014.

Ekatherina D. Kalinnikova, PhD student of the Department of Foreign Languages, Faculty of Philology, RUDN University, *research interests*: semiotics, translation studies, advertising discourse, mathematical statistics; *e-mail*: 1042210137@rudn.ru