

УРБАНОНИМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ И КИНОДИСКУРСЕ

Светлана А. Питина,

Глеб В. Урванцев

Челябинский государственный университет

Челябинск, Россия

Key words: urban name, fiction discourse, cinema discourse, language and cultural situation, space parameter

Summary: The article is aimed at analyzing the peculiarities of urban names as markers of a city space in English fiction and cinema discourse from the point of view of urban studies, an actual branch of modern social linguistics and language and culture studies, researching one of the main components of language and cultural situation represented by urban space.

Ключевые слова: урбаноним, художественный дискурс, кинодискурс, лингвокультурная ситуация, пространственный параметр

Аннотация: В статье предпринята попытка рассмотреть роль урбанонимов в качестве маркеров городского пространства на примере англоязычных художественных текстов и кинодискурса в рамках актуального направления социолингвистики и лингвокультурологии – урбанонимики, занимающейся изучением одной из главных составляющих лингвокультурной ситуации, локальной, представленной городским пространством.

Город является пространственным феноменом, а потому он обладает общими параметрами категории пространства, что находит отражение в его языковой репрезентации.

Образ города представляет собой когнитивную модель – систему знаний, представлений и мнений о городском пространстве, которая отражает его существенные свойства в абстрактном и идеализированном виде, игнорируя несущественные аспекты.

Членение городского пространства и выявление существенных его элементов в процессе создания когнитивной модели может проходить по-разному в различных лингвокультурах. Следовательно, образ города можно рассматривать как культурное явление.

Представления о городском пространстве воплощаются в так называемом *городском тексте* (по аналогии с «петербургским текстом» В.Н. Топорова) – корпусе текстов, так или иначе описывающих городское пространство. Такие тексты создаются по определенным законам и правилам, которые иногда называют *языком города*. Эти правила основываются на структуре фрейма «город» (как некоего абстрактного явления) или фреймов типа «Москва», «Санкт-Петербург», «Лондон».

Город в художественных произведениях и кинофильмах, опирающихся на существующие в культуре стереотипы, представляет собой экзистенциальный контекст изображаемой ситуации. Однако и в литературе, и в кинематографе актуализируются лишь наиболее существенные составляющие города как явления. Выбор тех или иных составляющих городского пространства обусловлен нацеленностью на реализацию авторского замысла: все образы городского пространства в книгах и фильмах должны производить на читателя/зрителя нужный эффект, вызывать специфическую реакцию. При этом авторы обращаются к знаниям и опыту реципиентов, обусловленным их культурной принадлежностью. Как следствие, коннотативные значения, стоящие за изображаемым в книге/на экране, дополняют общую картину, позволяют лучше раскрыть образ города, характерный для определенной лингвокультуры.

В художественных произведениях репрезентация городского пространства осуществляется вербально – посредством речи персонажей или авторских описаний.

В кинофильмах к вербальной составляющей, выраженной в диалогах персонажей, а также авторских ремарках в виде закадрового текста или надписей на экране, добавляется визуальный компонент – изображения тех или иных городских объектов, и отчасти звуковой, создающий особую атмосферу, характерную для изображаемого города или его частей.

Образ города в художественной литературе и кинофильмах реализуется не только вербально, но и посредством экстралингвистических средств. Кроме того, он зачастую является экзистенциальным контекстом в ситуациях общения между персонажами, а сами произведения представляют собой средства коммуникации авторов с читателями/зрителями. Это позволяет

говорить об уместности дискурсивного подхода к изучению образа города.

Изучение языка города привлекало и привлекает внимание отечественных и зарубежных лингвистов. Не являются исключением исследования преподавателей и аспирантов Челябинского государственного университета. Перспективным для изучения урбанонимов в художественном и кинодискурсе считаем комплексный подход к анализу многослойной пространственной картины мира (Лотман, 1999: 296) и категории пространства в целом. В художественном дискурсе пространство выступает в качестве относительного конструкта: всегда существует ориентир, относительно которого локализуются остальные объекты (Двинина, 2014: 49).

Город является сложной и открытой системой, компоненты которой могут быть представлены в виде знаков, которые несут в себе некие сообщения (которые не всегда представлены вербально), однако эти сообщения объединены друг с другом на семантическом уровне благодаря принадлежности к определенному рамками художественного произведения или кинофильма городскому пространству.

Принадлежность к городскому пространству определяется несколькими принципами: географическими, хотя в пределах одного городского пространства нередко встречаются заимствованные из других городских пространств узнаваемые топонимы и урбанонимы, удачно или не совсем удачно копирующие оригиналы (*Маленькая Венеция, Голландия, Чайнатаун* и др.); хронологическими (старые и современные кварталы с сохранившимися от разных этапов развития города и новыми названиями); и, наконец, тематическими, отражающими урбанонимы, характерные для конкретного города. Названные три принципа участвуют в формировании городского дискурса.

Урбанонимы как названия внутригородских объектов в художественном и кинодискурсе помогают автору создать образ города, а читателю/зрителю – представить его визуальный образ. По сравнению с художественным дискурсом, в кинодискурсе актуализация элементов городского пространства происходит не только при помощи реплик персонажей, но и их визуализацией на экране. Рассмотрим, как урбанонимы функционируют в художественном тексте и кинодискурсе.

Материалом для анализа урбанонимов послужили романы «Неделя в декабре» британского писателя Себастьяна Фолкса, «В

стране последних вещей» американского писателя Пола Остера и американский мультсериал «Симпсоны». Выбор произведений обусловлен принадлежностью различным национальным культурам и видам дискурса, жанровой разнородностью (реалистический роман С. Фолкса, роман-антиутопия П. Остера и комедия стереотипов в мультсериале), а также всесторонней реализацией городского пространства: столицы Великобритании в первом романе, антиутопического города Страны последних вещей во втором и типичного американского провинциального города в сериале.

Название города широко используется для реализации городского пространства как в художественном, так и в кинодискурсе, сближая реальное представление о городе с авторским. В романе С. Фолкса «Неделя в декабре» действие происходит в Лондоне. Использование топонима *London* апеллирует к фоновым знаниям читателя об этом городе, вызывает в их сознании его образ, растиражированный в массовой культуре или полученный вместе с личным опытом путешествий по миру. В романе «Неделе в декабре» топоним *London* встречается не более ста раз, однако общее число употреблений различных реально существующих и легко узнаваемых не только лондонцами урбанонимов в романе превышает несколько сотен. Лондон нередко выбирается в качестве места действия в современном британском городском романе («Капитал» Дж. Ланчестера, «Белые зубы» З. Смит, «Портобелло» Р. Ренделл и многие другие).

Среди микротопонимов в романе «Неделя в декабре» используются как широко известные названия: *Chelsea, Westminster Cathedral, Tube, Tower, The Eye, Buckingham Palace, 10 Downing Street, King's Cross*, – так и топонимы, которые узнаваемы лондонцами, но мало известны остальным читателям: *Boleyn ground, Victoria station, North circular, Havering-atte-Bower, Drayton green, Lincoln's Inn, Inner Temple*. Такие урбанонимы репрезентируют реально существующее городское пространство художественного дискурса.

Вымышленные урбанонимы (в основном эргонимы – названия коммерческих объектов: *Shields De Witt, Corkscrew, Snoozetime Pet's Rest*) в рассматриваемом романе лишь фиксируют присутствие объектов в городском пространстве художественного произведения, способствуя реализации авторского образа города. Исключением можно считать аналоговые (подражательные) урбанонимы, такие как сеть пиццерий *Pizza Palace* (ср. с реально существующей компанией *Pizza Hut*). Вымышленные урбанонимы изменяют реально существующее городское пространство, дополняют его содержание, унифицируя при помощи таких названий его восприятие читателями.

В мультсериале «Симпсоны» действие происходит в городе *Springfield* – типичном американском провинциальном населенном пункте. Вымышленный топоним *Springfield* встречается в каждой из 600 серий отдельно и в словосочетаниях: *Springfield Nuclear Power Plant*, *Springfield Elementary School*, *First Church of Springfield*, *Springfield Retirement Castle*, *Springfield Tyre Yard*, *Lake Springfield*, *Springfield Box Factory* и т. д. Многие урбанонимы являются аллюзивными. Можно провести параллели между компаниями *Krusty Burger/McDonald's* – и там, и там главным лицом является клоун, чья фамилия фигурирует в названии заведения (ср. *Krusty the Clown/Ronald McDonald*), *Buzz Cola/Coca Cola*. Вымышленный топоним *Springfield* и многочисленные уточняющие словосочетания с данным топонимом помогают создать типичное для американцев городское пространство. Мультсериал «Симпсоны» также отличается большим количеством имен-подражаний, которые являются отсылками к реально существующим объектам или организациям, но не называют их напрямую: это, например, компании *Mapple (Apple)*, *Blocko (Lego)*, *Springfield Googolplex Theatre (Googleplex)*, *Mount Carlmore (Mount Rushmore)*.

В антиутопическом романе П. Остера «В стране последних вещей» вымышленный безымянный город представлен немногочисленными описательными урбанонимами: *Lampshade Road*, *Dictionary Place*, *Memory Avenue*, *Office Sector*, *Pyramid Road*.

Многие городские объекты в романе конкретизируются при помощи прилагательного *old* (старый), что свидетельствует не только о состоянии здания, но и его ненужности в утопическом городском пространстве: *the old city hall* (Auster, 1987:7), *old luxury hotels* (Auster, 1987:14), *the old train station* (Auster, 1987:162)... При прочтении романа создается впечатление, что город разрушается и перестает функционировать.

На наш взгляд, использование годонимов (названий улиц, шоссе, проездов и т.п.), агоронимов (номинаций площадей, различных открытых пространств в городе) и других описательных урбанонимов с прозрачной семантикой характерно для реализации вымышленного обобщенного, но легко узнаваемого городского пространства, в то время как реально существующие урбанонимы, напротив, используются в художественном и кинодискурсе в основном для создания достоверного, конкретного городского пространства в книге или фильме.

Таким образом, различные виды урбанонимов в художественном тексте и кинодискурсе позволяют привязать события и/или объекты к

конкретным объектам или точкам реального мира и/или города в контексте художественного произведения, что обеспечивает реалистичность, квази-реалистичность или сюрреалистичность описания.

Вышесказанное, впрочем, не отменяет лингвокультурную специфику изображаемого городского пространства: используемые урбанонимы в целом вписываются в национальные языковые картины мира их создателей.

Часть вымышленных урбанонимов в «Неделе в декабре» являются типично британскими: *Allied Royal Bank*, *Corkscrew*, *Lion's Head*. В первом случае важно наличие компонента *royal* (королевский) в названии организации, так как отсылка к королевской семье достаточно значима для монархической Великобритании. Второй и третий примеры представляют собой типичные для Англии названия пабов. О поликультурном городском пространстве Лондона свидетельствуют многочисленные заимствованные урбанонимы, создающие «уникальную пространственную семиосферу города» (Питина, 2010: 143).

В «Симпсонах» вымышленные урбанонимы относят зрителей, в первую очередь, к американским реалиям: например, название *Kwik-E-Mart* сформировано по той же модели, что и названия таких знаменитых американских сетевых супермаркетов, как *K-Mart* или *Walmart*.

Употребление урбанонимов в художественном тексте и кинодискурсе, а также их частотность свидетельствуют о важности того или иного объекта для создания образа города.

Отказ от употребления конкретизирующих урбанонимов при описании городских объектов в художественном и кинодискурсе свидетельствует об их распространенности и узнаваемости для читателя/зрителя: *pub*, *chain*, *pizzeria*, *burger outlet* и *supermarket*. Отчасти вышесказанное справедливо и для конкретных урбанонимов, если это наименования сетевых предприятий или других подобных объектов. Например, *Kwik-E-Mart* в Симпсонах представляет собой типичный дешевый супермаркет. Это важное для образа города место, однако данный магазин, очевидно, является частью сети (что подтверждается в одной из серий), – а значит, он, вероятно, не единственный в городе.

В романе «Неделя в декабре» также можно выделить городские объекты, которые включаются в образ города без конкретизации их названий: “*He barely noticed the bookmaker's garish temptation, the pizzeria, the low-cost supermarket and the clothing chain; the surprisingly*

numerous pubs, some with Thai food and karaoke but most unregenerate and drab; the park, the dual carriageway, the famous red and gold burger outlet, once a single stall at San Bernardino racetrack” (Faulks, 2010: 92) – ‘Он едва заметил яркую витрину букмекерской конторы, пиццерию, дешевый супермаркет и известный магазин одежды; рядом было удивительно много баров (в некоторых из них была тайская еда и караоке, но в большинстве своем они были грязные и убогие), парк, автострада, знаменитое красно-золотое кафе, в котором продают бургеры, выросшее из одного торгового лотка на ипподроме Сан-Бернардино’ (перевод с англ. языка наш – С.П., Г.У.).

Таким образом, реально существующие и вымышленные авторские урбанонимы в художественном и кинодискурсе обладают общими и уникальными особенностями и реализуют следующие функции:

- они привязывают городское пространство художественного произведения/фильма к реальному миру – причем не только к конкретному реально существующему городу, но и к определенной культурной среде в целом;

- выделяют уникальные и наиболее значимые городские объекты;

- являются средствами художественной выразительности – формируют у читателей/зрителей определенное отношение к городу или его компонентам.

Литература

Двинина, Светлана Юрьевна. 2014. *Категории времени и пространства в художественном дискурсе постмодернизма (на материале романов «Хоксмур» П. Акройда, «Алвертон» А. Торпа, «Чанаев и Пустота» В. Пелевина, «Алтын-толобас» Б. Акунина)*: Дис. ... канд. филол. наук. Челябинск.

Лотман, Юрий Михайлович. 1999. *Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история*. Москва: Языки русской культуры.

Питина, Светлана Анатольевна. 2010. Реализация образа поликультурного города в художественном дискурсе. В: *Вестник Челябинского государственного университета*. № 4. С.140-143.

Auster, Paul. 1987. *In the Country of Last Things*. New York: Viking Press.

Faulks, Sebastian. 2010. *A Week in December*. London: Vintage Books.

The Simpsons Episode Scripts.

http://www.springfieldspringfield.co.uk/episode_scripts.php?tv-show=the-simpsons&season=3 (дата обращения 03.09.2017).