ЭФФЕКТ АЛЛИТЕРАЦИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ АЛЛИТЕРАЦИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ В КИНЕМАТОГРАФИИ, РЕКЛАМЕ И ФОЛЬКЛОРЕ АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ КУЛЬТУР.

Усмонова Дона Сотволдиевна – старший преподаватель кафедры английского языка Ферганского государственного университета.

dona.s.usmanova@gmail.com

Журабоева Гулхаёхон – магистрант Ферганского государственного университета, преподаватель английского языка для юристов в Ферганском областном юридическом техникуме.

gulhayotuychibayeva@gmail.com

Аннотация: Данная статья проводит сравнительный анализ эффекта аллитерации в кинематографии, рекламе и фольклоре английской и русской культур. Аллитерация, как стилистический приём, играет значительную роль в создании эмоционального и запоминающегося впечатления у зрителя или читателя. В статье рассматриваются особенности использования аллитерации в различных культурных контекстах и её воздействие на аудиторию.

Annotation: This article conducts a comparative analysis of the effect of alliteration in cinematography, advertising and folklore of English and Russian cultures. Alliteration, as a stylistic device, plays a significant role in creating an emotional and memorable impression on the viewer or reader. The article discusses the features of the use of alliteration in various cultural contexts and its impact on the audience.

Annotatsiya: Ushbu maqolada o'zbek va rus madaniyatlarining kinematografiya, reklama va folklorida alliteratsiya ta'sirining qiyosiy tahlili o'tkaziladi. Alliteratsiya, stilistik qurilma sifatida, tomoshabin yoki o'quvchida hissiy va unutilmas taassurot yaratishda muhim rol o'ynaydi. Maqolada alliteratsiyaning turli madaniy kontekstlarda qo'llanilishining o'ziga xos jihatlari va uning tinglovchilarga ta'siri haqida so'z boradi.

Ключевые слова: аллитерация, стилистический приём, кинематография, реклама, фольклор, английская культура, русская культура, теглайн.

Keywords: alliteration, stylistic device, cinematography, advertising, folklore, English culture, Russian culture, tagline.

Tayanch iboralar: alliteratsiya, stilistik qurilma, kinematografiya, reklama, folklor, ingliz madaniyati, rus madaniyati, tagline.

Введение. Аллитерация - это стилистический прием, который широко используется не только в литературе и поэзии, но также в киноиндустрии для создания эффекта звучности, ритма и запоминаемости диалогов и названий фильмов. В данной статье мы рассмотрим использование аллитерации в англоязычных и русскоязычных фильмах, а также сравним их особенности и культурные ассоциации.

С.С.Назмутдинова определяет «кинодискурс» как семиотически осложненный, динамичный процесс взаимодействия автора и кинореципиента, протекающий в межъязыковом и межкультурном пространстве с помощью средств киноязыка, обладающего свойствами синтаксичности, вербально-визуальной сцепленности элементов, множественности адресанта, контекстуальности значения, иконической точности, синтетичности [7, с. 7].

В англоязычных фильмах аллитерация часто используется для создания заголовков, диалогов персонажей, рекламы и маркетинговых материалов. Например, фильмы "The Shawshank Redemption", "Pulp Fiction", "The Great Gatsby" содержат аллитерацию в названиях, что делает их более запоминающимися и привлекательными для зрителей. Диалоги персонажей также могут содержать аллитерацию для усиления выразительности и создания эффекта игры слов.

По результатам исследования П.С.Трухиной, самыми распространенными фонетическими приемами являются ассонанс (35 %) и аллитерация (40 %): Fairy tales tell, as the labels imply, Stories of magic, of creatures that fly (Ella Enchanted). С этих слов рассказчик начинает свое повествование о

«Заколдованной девушке» и о сказочном мире, в котором она живет. В данном примере ассонанс используется в сочетании с аллитерацией. Именно эти приёмы являются основными способами организации речевого потока и делают речь героев более динамичной [4, с. 145]

После рассмотрения и анализа языковых особенностей англоязычного кинодискурса на фонетическом уровне, стало понятно, что вербальный компонент фильмов «Как стать принцессой» и «Заколдованная Элла» обладает рядом особенностей. На фонетическом уровне используются такие приёмы, как: аллитерация и ассонанс. Аллитерация и ассонанс используются чаще всего, поскольку они придают речи героев особую звуковую выразительность.

Тэглайн (короткая фраза или набор слов, относящийся к бренду, продукции или к его рекламной кампании) является важной частью рекламной кампании фильма. Тэглайны к англоязычным фильмам уже долгое время популярны: их рекламная кампания обязательно сопровождается тэглайном, который, к тому же, может быть не единственным для этого фильма; о тэглайнах пишутся статьи и снимаются репортажи, где представляют подборки тэглайнов по различным критериям; люди, интересующиеся кино, запоминают и цитируют тэглайны к любимым фильмам, а также участвуют в различных квизах/конкурсах на знание тэглайнов. Ключевая цель тэглайна – привлечение внимания потенциального зрителя – в большинстве случаев достигается применением языковой актуализации (художественного средства, изменяющего привычный способ представления информации). Актуализация применяется на любом языковом уровне и достигается посредством создания девиации языковой нормы или параллелизма в части текста. По данным исследований Л. Л. Косташ, фонологический параллелизм в тэглайнах используется не часто, из-за специфики создания встречается в виде рифмы и аллитерации. Рифма, как например, в тэглайне 'From zero to hero' (The Mask, 1994), где рифмуются слова 'zero' и 'hero', помогает легко воспринимать и воспроизводить текст. Аллитерация – хороший способ создать и передать образ того, о чём говорится

в тексте. В тэглайне 'Which witch is which?' (Wicked Stepmother, 1989) аллитерация звука [tʃ] создаёт эффект шёпота, тайны, что подкрепляет смысл слов, подобранных автором [6, с. 20].

Переводчики не единожды сталкивались с проблемой так называемых «говорящих» фамилий. Термином «говорящие имена» («значащие имена», «характеристические имена», «смысловые фамилии») можно обозначить все имена собственные с более или менее уловимой внутренней формой. Одним из самых популярных мультфильмов последнего времени стал фильм «Зверополис» (Zootopia), ставший обладателем премии «Оскар» в номинации «Лучший анимационный полнометражный фильм» в 2017 году. Фильм интересен как сюжетом для детей, так и переводом имен собственных действующих лиц в фильме – животных. Имя благородного льва, мэра Зверополиса, Leodore Lionheart переводчик превращает в Леодора Златогрива. Имя подвергается транскрипции, а фамилия изменяется из «Львиного сердца» на «Златогрива», что служит яркому описанию персонажа. В оригинале в имени мы видим применение приема аллитерации, которая выполняет две основные функции: привлекает внимание зрителя и поддерживает тесную связь между компонентами высказывания [5, с. 103]. При переводе данного имени аллитерация теряется, однако переводчик потерю аллитерации в этом случае компенсирует появлением ее при переводе другого имени, имени персонажа медоеда-доктора, обрабатывающего наиболее острые медицинские случаи, Dr. Madge Honey Badger. В переводе «Honey Badger» означает «лысый барсук, медоед», вот у переводчика и получился доктор Мэдж Медоед.

Заключение. Сравнительный анализ эффекта аллитерации в кинематографии, рекламе и фольклоре английской и русской культур демонстрирует, что данные стилистические приемы могут использоваться по-разному в зависимости от контекста и целей. В русской культуре аллитерация может быть использована для создания музыкальности и ритма, в то время как

в английской культуре она может быть более прямо связана с эмоциональным воздействием и запоминаемостью. В итоге, мы можем сделать вывод:

- наиболее распространенной формой звукописи в колыбельных песнях являются поэтические повторы, образующие особое построение текста. Это придает тексту своеобразную симметрию;
- согласные звуки, которые наиболее часто встречаются в текстах колыбельных песен: Б, Н, Л, К, Т, прием их повторения в текстах колыбельных песен носит название аллитерация.

Таким образом, изучение аллитерации в русском и английском языках позволяет не только лучше понять языковые особенности и культурные различия, но и открывает новые перспективы для исследования влияния этой стилистической фигуры на различные аспекты коммуникации и перевода.

Использованная литература:

1. Satvoldievna, U. D. (2021). Axiological Characteristics Of English, Uzbek And Russian Phraseological Units. *The American Journal of Social Science and Education Innovations*, *3*(06), 40-45.
2. Satvoldievna, U. D. (2023). ALLITERATION. EXAMPLES FROM RUSSIAN POETRY. *" ENGLAND" MODERN PSYCHOLOGY AND PEDAGOGY: PROBLEMS AND SOLUTION*, *10*(1).
3. Sotvoldievna, U. D. (2022). Linguistic and cultural classification of euphemisms in Uzbek and English languages. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE & INTERDISCIPLINARY RESEARCH ISSN: 2277-3630 Impact factor: 7.429*, *11*(10), 140-143.
4. Косташ, Л. Л., & Ликий, Е. Н. (2017). СПОСОБЫ АКТУАЛИЗАЦИИ ТЭГЛАЙНОВ К АНГЛОЯЗЫЧНЫМ ХУДОЖЕСТВЕННЫМ ФИЛЬМАМ. ФИЛОЛОГИЯ Учредители: Издательство Научное обозрение, (6), 18-21.
5. Литературная энциклопедия: В 11 т. Т. 1. М. : Изд-во Ком. Акад., 1930. 768 с.

6. Позднышева Г. К вопросу об особенности передачи аллитерации при переводе: на материале английского языка [Текст] / Г. Позднышева. // Актуальные вопросы теории и практики перевода: сб. науч. тр. Белгород, 2012. – С. 102-105.

7. Трухина, П. С. (2018). Вербальные особенности англоязычного кинодискурса (на материале художественных фильмов" The princess diaries" и" Ella enchanted"). In АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ: ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ (pp. 144-149).

8. Усманова, Д., & Джорабаева, Г. (2024). СОПОСТАВЛЕНИЕ И АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ АЛЛИТЕРАЦИИ В РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ПРОЗЕ. Евразийский журнал академических исследований, 4(4), 22-28.