

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ РОМАНО-ГЕРМАНСКОЙ ФИЛОЛОГИИ
КАФЕДРА ЛИНГВОДИДАКТИКИ И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЯ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ПО ПРОГРАММЕ БАКАЛАВРИАТА

ШУМСКИХ ВИКТОРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА

ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ ПЕРЕДАЧИ АНГЛИЙСКИХ ФИЛЬМОНИМОВ НА
РУССКИЙ ЯЗЫК

Выполнил:
Студентка 4 курса очной формы обучения
Направление подготовки (специальность)
45.03.02 Лингвистика
Направленность (профиль) Перевод и
переводоведение

Руководитель
доктор филологических наук, профессор

З.З. Чанышева

Шумских В.А.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
Глава 1 Переводческие стратегии в метаязыке теории перевода.....	8
1.1 Роль переводческих стратегий в переводе	8
1.1.1 Определение переводческих стратегий	8
1.1.2 Классификация переводческих стратегий	12
1.2 Теоретические аспекты перевода названий фильмов.....	17
1.2.1 Эквивалентность и адекватность перевода	17
1.2.2 Основные стратегии перевода названий фильмов.....	19
1.2.3 Стратегии адаптации при переводе названий кинофильмов.....	20
1.2.4 Стратегии натурализации и остранения при переводе названий художественных фильмов	23
Выводы по главе 1.....	27
Глава 2 Перевод фильмонимов как лингвокультурологическая проблема.....	30
2.1 Статус фильмонимов в категории имён собственных.....	30
2.1.1 Фильмонимы как особый тип имён собственных.....	30
2.1.2 Классификация фильмонимов	38
2.1.3 Функции фильмонимов	41
2.2 Переводческие трансформации в процессе перевода английских фильмонимов на русский язык	42
2.2.1 Национально-культурная специфика английских фильмонимов	42
2.2.2 Средства репрезентации культурной информации в английских фильмонимах	44
2.2.3 Средства передачи национально-культурных особенностей фильмонимов	50
Выводы по главе 2.....	59
Глава 3 Сопоставительный анализ вариантов перевода английских фильмонимов	61

3.1 Анализ вариантов перевода названий англоязычных фильмов на русский язык	61
3.1.1 Соотношение частотности использования разных стратегий перевода фильмонимов	61
3.1.2 Оценка адекватности перевода фильмонимов с английского языка на русский язык	71
3.2 Рекомендации по выбору переводческих стратегий при переводе названий англоязычных фильмов	73
3.2.1 Сложные случаи перевода фильмонимов	73
3.2.2 Анализ неудачных примеров перевода фильмонимов	78
Выводы по главе 3	80
Заключение	83
Список использованных источников и литературы.	86
Приложение	92

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день из большинства видов искусства одним из самых востребованных является кинематограф. Данный социальный институт развивает не только сознание, но и мировосприятие человека. Популярность и востребованность кинофильма во многом определяет заголовок, поскольку название является лёгким и быстрым средством заинтересовать зрительскую аудиторию к производству кинематографа. Исходя из последних исследований психологов стало известно, что около 60% зрительской аудитории при чтении статей или при выборе кинофильма отдают своё внимание главным образом заголовкам. Именно название фильма во многих случаях служит ключевым фактором при выборе произведения (фильма как объекта) для просмотра. Название является также одним из достаточно важных составляющих коммерческого успеха кинофильма в прокате, потому что высокая эффективность восприятия названия произведения кинематографа представляет собой залог его успеха. Самая важная задача заголовка – это привлечение внимания, как можно большего количества зрителей, поэтому авторы стремятся дать произведениям по большей мере содержательные и «живые» названия. Также очень важно, чтобы оно с лёгкостью запомнилось по своей форме и было выразительным и толковым по содержанию, которое оно в себе содержит.

Согласно результатам последних исследований, стало известно, что в среднем человек тратит от одной до двух секунд для знакомства с источником. Естественно за такое время человек может понять, интересна ли ему данная тема. Из всего этого следует, что заголовок фильма должен быть написан в согласии с нормами речи, а также с использованием специальных приёмов и средств выразительности. Название является некоторой точкой отсчёта, всего того, что зритель видит на экране, и именно оно предопределяет самый важный образ фильма. При работе над переводами фильмов, в некоторых случаях можно заметить, что перевод существенно уступает оригиналу. Так как то и дело переводчикам приходится работать в таких условиях, когда главной

задачей служит коммерческий успех фильма, им приходится пренебрегать основными принципами соответствия заголовка содержанию фильма [Яшкина 2018: 238].

Актуальность темы данного исследования обусловлена большим количеством англоязычных фильмов, поступающих в Российский прокат, и необходимостью адекватного перевода их названий, т.к. сейчас именно зарубежные фильмы пользуются наибольшей популярностью в России. Данная проблема привлекала и привлекает интерес учёных-языковедов, лингвистов и переводчиков.

Цель данной выпускной квалификационной работы — выявить особенности английских фильмонимов и разработать рекомендации для переводчиков по выбору переводческой стратегии при переводе названий фильмов.

Перед нами стояли такие задачи как:

1. Изучить теоретический материал, касающийся перевода названий англоязычных фильмов на русский язык
2. Выявить самые распространенные стратегии перевода названий фильмов
3. Представить классификацию фильмонимов
4. Определить функции фильмонимов
5. Проанализировать перевод англоязычных фильмонимов на русский язык и определить адекватность перевода
6. Разработать рекомендации для переводчиков по выбору стратегии при переводе названий фильмов

Объект исследования – перевод названий англоязычных кинофильмов.

Предметом исследования являются специфика перевода англоязычных фильмонимов, приёмы и стратегии перевода английских фильмонимов на русский язык.

Материалом исследования послужили названия более 100 фильмов, которые были отобраны методом сплошной выборки из электронных ресурсов.

В ходе исследования также использовались работы авторов, упоминания о которых можно найти в списке использованной справочной литературы. Среди англоязычных фильмов, которые были исследованы в этой работе, имеются и классические фильмы, и кинокартины, которые сравнительно недавно вышли в мировой прокат.

Среди методов исследования выделены следующие методы: сравнительный, аналитический на основе анализа лингвистической, энциклопедической литературы, а также частные лингвистические методы: метод компонентного анализа, метод контекстуального анализа, сопоставительно-переводческий метод.

Теоретическая и практическая значимость работы заключается в том, что исследование освещает теоретические положения переводоведения, содержит теоретический материал о способах и стратегиях перевода и рекомендации по выбору переводческой стратегии при переводе названий художественных фильмов с английского на русский язык, результаты исследования могут быть использованы в переводческой практике для перевода англоязычных фильмонимов на русский язык, а также в теории и в практическом курсе перевода.

Структура исследования. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, выводов к каждой главе, заключения и списка использованной литературы, в данной работе представлены 5 таблиц, 2 диаграммы, приложение.

Во введении освещается актуальность темы исследования, определяются задачи, поставленные для достижения цели, раскрываются методы исследования.

В первой главе рассмотрены понятие переводческих стратегий, дана их классификация, выделена их роль в переводе. Также дано определение эквивалентности и адекватности перевода, рассмотрены основные стратегии перевода названий фильмов, изучены стратегии адаптации (натурализации и остранения).

Во второй главе выделяется важность и особенность перевода названий кинофильмов, рассматриваются основные функции фильмонимов. Также освещаются переводческие трансформации названий кинолент, приводятся примеры заголовков английских фильмов и их перевода на русский язык к каждой из них.

В третьей главе проведён сопоставительный анализ английских фильмонимов: приведены сложные случаи перевода англоязычных фильмонимов, проведён анализ неудачных примеров перевода фильмонимов, рассмотрено соотношение частотности использования разных стратегий перевода фильмонимов, даны рекомендации по выбору переводческих стратегий при переводе названий английских названий фильмов на русский язык.

В заключении представлены итоги и даны выводы по исследованию.

Глава 1 Переводческие стратегии в метаязыке теории перевода

1.1 Роль переводческих стратегий в переводе

1.1.1 Определение переводческих стратегий

В переводоведении существует проблема отсутствия единой дефиниции для переводческой стратегии, поскольку данный термин является главным в переводоведении, сперва следует рассмотреть причины отсутствия такого определения.

Для начала стоит отметить, что данный термин существует в нескольких вариантах. В литературе встречаются термины «стратегия перевода», «тактика перевода», «переводческая стратегия», «стратегия переводчика» «стратегия поведения переводчика в процессе перевода» и другие семантические варианты данного лингвистического явления. Вдобавок многие авторы употребляют несколько вариантов определения данного термина в одной и той же научной работе, вызывая определённые трудности у читателей.

Можно подчеркнуть некий пример действительности, что определение: «стратегия перевода» отсутствует в «Толковом переводоведческом словаре» Л.Л. Нелюбина. Он является самым полным специальным переводоведческим справочным пособием, «которое содержит 2028 словарных статей, экстрагированных из 224 источников» [Витренко 2004: 2].

Однако В.Н. Комиссаров не даёт расшифровку данного понятия в кратком словаре переводческих терминов своей работы «Современное переводоведение», всё-таки в тексте данного учебного пособия можно многократно встретить его упоминание. Это касается и Р. К. Миньяр-Белоручева, а именно его монографии «Общая теория перевода и устный перевод» [Витренко 2008: 90-106].

Далее необходимо рассмотреть некоторые определения, чтобы дать точную дефиницию переводческим стратегиям, выделить в них общие характеристики и на их основе дать обобщённое определение данному термину.

Конечно же, стоит заметить, что данное слово «стратегия» в русском языке ассоциируется прежде всего с военным ремеслом. К примеру, в словаре С.И. Ожегова дана следующее определение: «Стратегия – 1. Наука о ведении войны, искусство ведения войны. Теория военной стратегии. 2. Общий план ведения войны, боевых операций.» [Сдобников 2011: 166]. Там же указано и переносное значение слова «стратегия»: «перен. Искусство руководства общественной, политической борьбой, а также вообще искусство планирования руководства, основанного на правильных и далеко идущих прогнозах». В переводоведении традиционно рассматривается переносное значение данного термина. «Стратегический – перен. Содержащий общие, основные установки, важные для подготовки и осуществления чего-либо» [Сдобников 2011: 166].

Опираясь на все вышеперечисленные определения, В.В. Сдобников делает вывод, что к основополагающим компонентам переводческой стратегии относятся: 1) ориентирование в совокупности обстоятельств, 2) построение задач, 3) предугадывание действий, 4) планирование [Сдобников 2011: 167-169].

В данном исследовании, для того, чтобы узнать, чем понятие «переводческая стратегия» отличается от синонимичных вариантов, целесообразным шагом будет рассмотрение определения терминов глобальной и локальной стратегии перевода, переводческой тактики, переводческих приёмов и методов.

В.В. Балабин считает, что тактика перевода определяет выбор речевой единицы или языковой формы. Тактика перевода – определение заданных стратегией смысловых: денотативных, сигнификативных, коннотативных, и формальных характеристик будущего фрагмента целевого текста [Андриенко 2014: 157].

Ссылаясь на мнение Т.П. Андриенко, можно найти определение методов и приёмов в переводоведении. Метод или приём – это подбор речевой реализации или языкового элемента, который соответствует таковым характеристикам. Глобальная стратегия перевода – это общая когнитивная

установка на транспозицию текстового концепта оригинала на когнитивные структуры языковой картины мира целевого языка. Формирование глобальной стратегии перевода базируется на использовании переводчиком соответствующих принципов перевода к конкретному целостному тексту. Локальная стратегия перевода – это стратегии перевода фрагментов текста [Андриенко 2014: 157].

Исходя из ранее упомянутых определений, считаю, что уместно будет рассмотреть и изучить точки зрения учёных Н.А. Крюкова и А.Д. Швейцера по поводу определения переводческой стратегии

Н.А. Крюков в своём пособии «Теория перевода» упоминает систему трудовой деятельности, который вырабатывается переводчиком в процессе осуществления своей профессиональной деятельности [Крюков 1989: 176]. Он также использует словосочетание «стратегия перевода», вдобавок, в качестве варианта, притом можно встретить словосочетание «стратегическая линия». Последнюю он определяет, как то, «что нужно сделать для того, чтобы рецептивный смысл, извлекаемый иноязычным и инокультурным коммуникантом, оказался подобным в своих существенных чертах интенциональному представлению автора» [Крюков 1989: 159-160].

А.Д. Швейцер считал, что перевод, который является «процессом выбора, детерминированный множеством переменных, ... не может быть жёстко детерминирован» [Швейцер 1988: 63]. Также он высказывал мысль, что в переводе есть 2 составных части или 2 этапа: создание программы переводческих действий, то есть стратегии и применение заданной программы на практике.

На основе вышесказанного, можно сделать вывод, что определение, предложенное В.В. Сдобниковым, является наиболее верным, так как отражает всю сущность данного явления.

Переводческая стратегия или стратегия перевода является некой программой реализации переводческой деятельности. Она устанавливается на базе общего подхода переводчика к осуществлению перевода в условиях

определённой коммуникативной ситуации двуязычной коммуникации, которая определяется индивидуальными различиями данной ситуации и целью перевода, которая, в свою очередь, определяет характер профессионального поведения переводчика в рамках данной коммуникативной обстановки [Сдобников 2011: 172].

Уже много лет переводческие стратегии являются предметом изучения в переводоведении. Начиная с ранних теоретических работ, которые во многом связаны с данным направлением, можно обнаружить упоминание переводческих стратегий, их первые трактовки и другие моменты, связанные с переводоведением.

В письме Святого Иеронима к Маммахию «О лучшем методе перевода», Цицерон называет переводческие стратегии как первые попытки осмысления переводческой деятельности в целом и первые упоминаниями переводческой стратегии в частности [Андриенко 2014: 156].

В первых теоретических работах средневековой Англии (XVI-XVII век) переводческая стратегия являлась сводом общих правил, которым должен был следовать каждый переводчик. К примеру, правила Дж. Драйдена дают следующие рекомендации переводчику: соотносить собственный талант с талантом автора и говорить так, как современный англичанин, то есть не придерживаться буквы оригинала, чтобы не потерять его дух и не совершенствовать оригинал [Андриенко 2014: 156].

Ш. Батё, профессор риторики и гуманитарных наук считает, что основной трудностью перевода является не понимание, а воспроизведение оригинала. По мнению учёного, переводчик должен прежде всего детально понимать дух каждого из языков, который выражается как в самих словах, так и в тактиках их сочетаний [Андриенко 2014: 156].

А.Ф. Тайтлер разрабатывает собственные принципы перевода: 1) перевод должен в полном объёме воспроизводить смысл оригинального текста, 2) склад и особенность пояснения должны быть идентичными оригиналу, 3) перевод

должен читаться с той же легкостью, что и оригинальное произведение [Андриенко 2014: 156].

В ранних сводах правил переводчиков рассмотрены следующие проблемы: выбор между содержанием и формой, своим и чужим в переводе, сохранением или нивелированием временной дистанции и других важных факторов при переводе [Андриенко 2014: 156-157]. Поэтому стоит отметить, что из-за наличия различных переводческих школ и подходов, исторической изменчивости литературного вкуса, создание единой однозначной системы переводческих принципов было невозможным [Андриенко 2014: 157].

Ключевым моментом для переводчиков-практиков является усвоение представлений о различных принципах, их иерархии, условиях осуществления переводческого выбора, интегрирования этих знаний в структуры сознания и подготовка на их основе профессиональной компетенции. Ведь изучение принципов перевода является условием сознательного выбора стратегии при определённых условиях осуществления перевода, для характерной цели и конкретной аудитории [Андриенко 2014: 157].

1.1.2 Классификация переводческих стратегий

Переводоведы создавали и проверяли на практике собственные теории, связанные с переводческими стратегиями. Базисными направлениями данных гипотез являются: 1) различие между глобальной и локальной стратегией перевода, 2) соотношение принципов и стратегии перевода, 3) влияние коммуникативной интенции автора на формирование переводческой стратегии, 4) классификации переводческой стратегии.

Вопрос расхождения принципов и стратегии перевода играет важную роль в переводоведении. Так, например, Н.К. Гарбовский рассматривает перевод как систему, а Т.П. Андриенко прослеживает одно из важнейших качеств системы в соответствии с теорией Н.К. Гарбовского – организованность через сопоставление стратегии с более общими частными

регулятивными конструкциями текста на разных этапах переводческой деятельности.

В.Н. Комиссаров сопоставляет стратегии перевода с принципами: «Помимо овладения основными понятиями переводоведения, будущие переводчики должны выработать в себе верный подход к своей деятельности, широко представленное переводческое мышление, заложенное в основе действий переводчика и составляющее его общую стратегию» [Андриенко 2014: 157].

Из этого следует, что стратегия, принципы, приёмы и методы перевода являются гиперонимическими понятиями. В.Н. Комиссаров делает акцент, что «Выработка переводческой стратегии определяет знание и применение переводчиком общих принципов реализации процесса перевода, которые включают 3 основных группы: некоторые исходные постулаты, последовательность действий в процессе перевода, выбор общего направления действий и выбор характера [Андриенко 2014: 157].

Для переводчиков-практиков проблема применения переводческой глобальной и локальной стратегии является важнейшей.

Локальная стратегия связана с процессом анализа оригинала, выбором определённого фрагмента, требующего принятия переводческого решения, выбором направления для решения этих переводческих проблем в соответствии с общей стратегией перевода. Другими словами, локальная стратегия направлена на воспроизведение определённых фрагментов текста; глобальная стратегия применяется для преобразования единого образа текста оригинала.

Очевидно умение различать локальные стратегии и тактики – является важным, так как они направлены на различные объекты: с помощью локальной стратегии переводчик воссоздаёт концептуальный смысл или функцию конкретного фрагмента текста, а с помощью тактики определяет, какие именно формальные или смысловые характеристики языковых единиц текста оригинала подходят воспроизведению в переводе для достижения предусмотренной стратегии.

Т.П. Андриенко приводит следующий пример употребления стратегий, приёмов, методов и тактик. Эффект пребывания в другой стране – это стратегия воспроизведения иноязычных названий с сохранением их экзотичности, стратегия предполагает набор тактик: полное сохранение иноязычной формы – приём беспереводного заимствования, воспроизведение буквального смысла – приём калькирования, воспроизведение звуковой или графической формы средствами целевого языка – приёмы транскрипции или транслитерации, или графической формы средствами целевого языка [Андриенко 2014: 158].

Посредством данных гипотез можно есть возможность убедиться, что глобальные и локальные стратегии отличаются друг от друга по применению и цели.

Многие учёные испытывали интерес по отношению к коммуникативной интенции автора текста и её влиянию на формирование переводческой стратегии. Теории различаются: А. Нойберт считал, что коммуникативная интенция во всяком случае не должна подвергаться изменениям в тексте перевода. По А. Нойберту существует 4 типа текстов аналогичных 4 типам прагматических отношений. Признак адекватности перевода – это сохранение прагматики оригинала [Петрова 2013: 199].

М.Я. Цвиллинг ввёл понятие терциального перевода, его суть основывается на том, что подход к переводу определяется не столько намерением автора, но и целью, на которую ориентирован конкретный перевод [Петрова 2013: 199-200].

В.В. Слобников считает коммуникативную ситуацию, в которой выполняется перевод, важнее интенции автора. Лингвист определяет следующие стратегии перевода:

- 1) стратегия коммуникативно-равноценного перевода (где воссоздание коммуникативной интенции автора является основной целью перевода);
- 2) стратегию переадресации (которая предполагает сохранение коммуникативной интенции, но уже адаптированной к другому типу адресата);

3) стратегия терциарного перевода (где воссоздание в переводе коммуникативной интенции автора изначально не предполагается); [Петрова 2013: 201].

Далее мы рассмотрим дополнительные определения переводческой стратегии, сопровождающиеся выводами, о которых не было упомянуто ранее.

Х. Крингс предложил своё определение переводческой стратегии. Переводческие стратегии – это и есть возможные осознанные планы переводчика, которые направлены на решение конкретной переводческой проблемы в рамках определённой переводческой задачи [Теремкова 2011: 177].

В.М. Илюхин, учёный, который занимался изучением стратегий синхронного перевода, определяет стратегию в синхронном переводе как «Стратегия в синхронном переводе – это метод реализации переводческой задачи, заключающийся в адекватной передаче с исходного языка на переводящий язык коммуникативной интенции отправителя с учётом культурологической и личностной уникальности оратора, языковой надкатегории и подкатегории (ключевого уровня)» [Теремкова 2011: 177].

В.М. Илюхин полагает, что на выбор стратегии помимо лингвистических факторов оказывают воздействие и экстралингвистические факторы, каждый из которых может определить применение того или иного метода в определённый период времени переводческого процесса.

Опираясь на суждения В. Лёшера, закономерность основных методов, объединённых различными способами, составляет стратегию. Процесс перевода является набором нескольких стратегий. Можно выделить признаки, позволяющие создавать классификации переводческих стратегий. Результаты проведённых В. Лёшером экспериментов позволяют определить отсутствие специальных переводческих стратегий; все существующие переводческие стратегии направлены на удовлетворение конкретных задач, что является основным признаком классификации по заключению лингвиста.

Он считает, что переводческая компетентность играет серьёзную роль при выборе переводческих стратегий для определённого текста. В. Лёшер

обращает внимание на то, что, оперируя схожим набором стратегий перевода, группы переводчиков применяют их с различной частотностью. Более того, результаты его исследований подтверждают: случайный выбор подхода к осуществлению перевода, размер единицы перевода, объём редактирования переведенного текста, учёт стилистической и типологической адекватности [Bernardini 2001: 247].

При постановке и решении переводческих задач переводческие стратегии играют важную роль. Поэтому стоит указать их практическую значимость.

Для того, чтобы выработать переводческую компетенцию и регулярно ими пользоваться, переводчики в процессе обучения должны овладевать широким спектром принципов перевода. Когда данное умение начнёт работать инстинктивно – такой навык значительно облегчит работу переводчику.

Знание принципов перевода является частым необходимым компонентом компетенции переводчика и становится основой выбора метода, приёмов, тактик, которые соотносятся с глобальной стратегией перевода.

Формирование глобальной стратегии перевода базируется на применении переводчиком основных принципов перевода к конкретному тексту, которые соотносятся с целью коммуникации и когнитивными потребностями целевой аудитории. Переводчик работает с доминантами текста (форма, смысл, идеостиль).

Адекватность перевода расценивается не по его соответствию коммуникативной интенции автора оригинала, а по его соответствию, ожиданиям получателя или заказчика этого перевода, так сказать, по его соотношению с той целью, с которой предполагается его применять.

Чаще всего переводчик не может ориентировать свой перевод на каждого отдельного получателя. Вместо этого он может перевести текст так, чтобы читатель почерпнул из него именно то, что у него порождает интерес.

Переводчику при составлении собственной стратегии перевода, работая с определённым текстом, нужно заранее подготовить иерархию ценностей, позволяющую выделить те черты оригинала, которые относятся к основным.

П. Герлофф предлагает соответствующую классификацию переводческих стратегий. Переводческая стратегия – это «...любые металингвистические или метакогнитивные комментарии, либо же конкретные действия, направленные на решение проблем при переводе текста». Учёный пишет о следующих переводческих стратегиях: 1) идентификация проблемы, 2) накапливание и извлечение информации, 3) лингвистический анализ, 4) общий поиск и отбор, 5) умозаключение и объяснение, 6) контекстуализация текста и 7) мониторинг задач [Жмаева 2014: 29].

М. Мондал и К. Йенсен выделяют стратегии перевода и стратегии оценки перевода. Первые делятся на стратегии процесса перевода и стратегии сокращения. Среди стратегий процесса перевода (сохранение исходного текста) рассматривают стратегию спонтанности ассоциации и переформулировки. Среди стратегий сокращения (преобразование перевода) различают стратегию устранения маркирования исходного текста и немаркированной передачи маркированных элементов исходного текста. К стратегиям оценки перевода исследователи присваивают стратегии адекватности и приемлемости переводных эквивалентов [Жмаева 2014: 29].

1.2 Теоретические аспекты перевода названий фильмов

1.2.1 Эквивалентность и адекватность перевода

Далее необходимо рассмотреть определения переводческой эквивалентности и адекватности перевода, для этого мы должны подвергнуть анализу переводы названий фильмов и оценить адекватность перевода. [Сдобников 1997: 119].

Переводческая эквивалентность — это смысловая близость текстов оригинала и перевода. В. Н. Комиссаров выделяет 5 типов эквивалентности перевода:

1) Придерживание цели коммуникации: *Maybe there is some chemistry between us that doesn't mix.* – Случается так, что люди не сходятся характерами.

2) Придерживание способа описания ситуации: Russia saw a rainy autumn last 2 years. — В последние два года осень в России была дождливой.

3) Придерживание цели коммуникации и при этом внеязыковой ситуации: He answered the telephone. — Он снял трубку телефона.

4) Придерживание синтаксической структуры: This student is smart. – Этот студент умный.

5) Придерживание лексического состава: This jacket did not like me in color. – Эта кофта не приглянулась мне по цвету. [Комиссаров 1990: 170].

Адекватность перевода — это соотношение перевода применимым задачам переводческой деятельности на наиболее выполняемом для достижения данной цели уровне эквивалентности [Ванников 1988: 34].

При рассмотрении адекватного перевода, становится ясно, что данное понятие является более широким, нежели понятие эквивалентного перевода. Категория эквивалентности более специфичная и узкая, чаще всего, оно обозначает достаточно близкое соответствие двух названий или текстов. М.М. Михайлов отметил, что адекватный перевод является промежуточным звеном между буквальным и вольным переводом [Михайлов 1990: 42]. Об адекватном переводе П. Рикер высказывает мысль, что «не существует абсолютного критерия хорошего перевода» [Рикер 1998].

Н. К. Гарбовский пишет, что «категория адекватности – это характеристика не степени соответствия текста перевода тексту оригинала, а степени его соответствия прогнозу участников коммуникации. В качестве последних могут выступать оба участника коммуникации: автор исходного текста и получатель сообщения в переводе. Оба участника коммуникации считают перевод адекватным, если коммуникация является успешной, тогда можно считать, что задачи коммуникации решены. В данном случае срабатывает «презумпция коммуникативной равноценности», возникающая у участников коммуникации каждый раз, когда текст создаётся как перевод и используется в качестве перевода» [Гарбовский 2007: 291].

Ю. В. Ванников выделяет 2 вида адекватности: 1) семантико-стилистическую адекватность, которая определяется «через оценку семантической и стилистической эквивалентности языковых единиц, составляющих текст перевода и текст оригинала», 2) функционально-прагматическую, которая «выводится из оценки соотношения текста перевода с коммуникативной интенцией адресанта, реализованной в тексте оригинала» [Ванников 1988: 34-37].

Адекватность представляет из себя некую «делку», на которую идёт переводчик, отказываясь от соблюдения эквивалентности для способа разрешения основной задачи. Другими словами, адекватность скорее всего носит оптимальный характер, а не максимальный, а значит «перевод должен оптимально соответствовать определённым задачам и условиям» [Швейцер 1988: 95-96].

Традиционным определением адекватного перевода принято считать семантически и прагматически эквивалентный перевод. Понятие художественной адекватности должно включать в себя адекватность соотношений между оригиналом и поэтической традицией его языка и переводом, и традицией языка на выходе. Из этого следует, что адекватный перевод шире эквивалентного.

1.2.2 Основные стратегии перевода названий фильмов

Переводческие трансформации объединяются в переводческие стратегии.

Стратегия перевода — это совокупность переводческих трансформаций, используемых для создания решения переводческой задачи: перевода названий фильмов с английского языка на русский [Милевич 2007: 66].

Переводовед Е. Ж. Бальжинимаева определяет 3 стратегии, которые используются при переводе названий художественных фильмов:

1. Прямой перевод. Данная стратегия используется для простых названий, в которых не содержатся неперебиваемые элементы и безэквивалентная лексика,

вдобавок и в тех случаях, когда грамматическая структура в оригинальном названии имеет аналог в русском языке [Коротаева 2015: 59]. К данной стратегии относятся: калькирование, транслитерация и транскрибирование.

2. Трансформация путём опущения или добавления. Такого рода стратегия используется в тех случаях, когда при дословном переводе складывается либо лексическая недостаточность и название непонятно русскоязычному зрителю или лексическая избыточность – и суть фильма будет понятна зрителю и с более коротким названием [Исмаилова 2017: 38]. В некоторых случаях эта стратегия используется, чтобы восполнить жанровую недостаточность прямого перевода. К ней относят: грамматические и лексические добавления и опущения.

3. Лексико-грамматическая трансформация – стратегия, которая применяется в тех случаях, когда язык оригинала и язык перевода не содержат аналогичные грамматические конструкции, или лексические эквиваленты [Антропова 2008: 119]. К этой стратегии относятся: перестановка, описательный перевод, синонимическая замена, модуляция, генерализация и конкретизация.

Исследователи выделяют ещё одну стратегию: стратегия полной лексико-семантической замены. Эта стратегия применяется, когда смысл оригинального названия невыполнимо передать на переводящем языке, либо, когда при использовании других стратегий название на переводящем языке будет малопонятно зрителю или не будет отражать суть фильма [Тимченко, Каширина 2014: 162-164].

1.2.3 Стратегии адаптации при переводе названий кинофильмов

Некоторые названия фильмов невозможно перевести дословно, в связи с различиями культур и языков. Это связано как с реалиями, с наличием фразеологизмов, авторского словотворчества, омонимов и т.д., которые представляют трудность при переводе из-за их специфики. Часто при переводе

таких названий используется жанровая или смысловая адаптации, для того, чтобы передать и сохранить прагматический и прогностический смысл оригинального названия.

Такого рода адаптации представляют собой приём расширения исходного оригинального названия. Они дают возможность потенциальному зрителю идентифицировать жанр фильма, предвидеть его возможный сюжет и т.д. Основным инструментом жанровой и смысловой адаптаций является такой приём перевода как добавление, иногда – замена.

Жанровая адаптация – это добавление объясняющих или уточняющих элементов, которые помогут зрителю соотнести фильм с его жанром (драма, трагедия, комедия, ужасы, фантастика т.д.). При применении жанровой адаптации в процессе перевода названия происходит его соотнесение с конкретным жанром, а значит в переводе использованы лексические единицы, которые связывают название фильма с определённым жанром.

Смысловая адаптация – это добавление лексических элементов, ввода ключевых слов, компенсирующие смысловой или сюжетный недостаток дословного перевода, расширяя его.

Главными инструментами жанровой и смысловой адаптаций являются приёмы замены и добавления. Дословный перевод названия при помощи замены или добавления лексических элементов расширяет или компенсирует его смысловую или жанровую недостаточность [Закожурникова 2018: 28].

Адаптация перевода – это один из способов перевода, который позволяет исходному материалу приспособиться к культуре. Если переводчик использует лингвокультурную адаптацию, то его вариант перевода должен восприниматься носителями другой культуры как оригинал.

Сегодня адаптация при переводе фильмонимов занимает лидирующую позицию: когда фильм находится ещё в процессе выхода на экраны, специалисты естественно проводят проверку целесообразности соблюдения версии оригинала, впоследствии формируются специальные стратегии

адаптации перевода названий фильмов. Из которых можно выделить следующие:

1) Прямой или дословный перевод названия фильма с помощью приёма калькирования (лексические единицы ИЯ вытесняют эквивалентные лексические единицы ПЯ). При калькировании целостность оригинала в большинстве случаев сохраняется. Примеры: «Big Daddy» – «Большой Папа», «Little Buddha» – «Маленький Будда» или порядок слов всё же в оригинальном названии фильма может измениться: «Million Dollar Baby» – «Малышка на миллион долларов», «Ready Player One» – «Первому игроку приготовится» – получится более приемлемый вариант перевода.

В большинстве случаев оригинал фильмонима изображено именем главного персонажа. Такие названия фильмов зачастую в полной своей форме сохраняют свою структуру при переводе, но стоит также отметить, что имя собственное переводится благодаря транскрипции или же транслитерации (по определённым правилам языка перевода): «Charlie and the Chocolate Factory» - «Чарли и шоколадная фабрика»

Частичная трансформация при переводе фильмонимов (определённая часть фильмонима сохраняется, при этом название дополняется каким-либо элементом, становясь более развёрнутым), например: «Star Wars» – «Звёздные войны: Эпизод 4 - Новая надежда» – или же, наоборот, при переводе компонент может быть опущен: «Resident Evil – 3: Extinction» – «Обитель зла 3». Добавления или опущения тех или иных элементов в названиях могут заключаться всего лишь в одном слове, к примеру: «The Notebook» - «Дневник памяти», «K-Pax» - «Планета Ка-Пэкс»– и предопределяются разными факторами в каждом конкретном случае [Мадонич 2015: 9].

Далее подлежит рассмотрению полная трансформация оригинального названия картины. Она представляет собой очень сложную для переводчика стратегию адаптации и применяется в том случае, если название оригинала кинофильма не может быть сохранено даже частично. Предложенный вариант фильмонима должен верно идеализировать сюжет, в красивой форме

преподнести зрителю. Пример: «Some Like It Hot» - «В джазе только девушки» («Некоторые любят погорячее»). Зачастую существенная трансформация названия фильма обусловлена её культурным пониманием того или иного общества. В таких случаях специалисты дают совершенно новый вариант перевода фильмонимов, к примеру: «Intouchables» – «1+1», «Arctic» – «Затерянная во льдах». Понять из каких соображений был сделан иной перевод или же понять причины замены названий фильмов – проблематично, из-за ряда трудностей, которые могут возникнуть при переводе. Объяснение этому я постараюсь изложить в практической части данной работы.

1.2.4 Стратегии натурализации и остранения при переводе названий художественных фильмов

Для дальнейшего исследования настоящей работы, следует рассмотреть ещё 2 переводческие стратегии: дать к каждой из данных.

Теоретик перевода Л. Венути рассматривает историю теории и практики перевода в Англии и Америке с точки зрения сопоставления двух стратегий: натурализации и остранения.

При выборе и использовании данных стратегий, переводчик либо создаёт легко читаемый и воспринимаемый в принимающей культуре текст, или же сохраняет «чуждость» оригинала (отклоняясь от лингвистических норм языка)

Языковед отстаивает принципы стратегии «остранения». Он считает, что англоязычная культура направлена на «натурализацию» переводимых текстов.

Ссылаясь на мнение Л. Венути, перевод с одного языка на другой происходит на 3-х уровнях: 1) перевод осуществляется с одного языка на другой; 2) из одного временного промежутка в другой; 3) из одной культуры в другую [Нестеренко 2012: 5-6].

Анализ конкретных переводных текстов показывает, что оппозиция двух стратегий не выступает в качестве бинарной. Одни аспекты оригинального текста могут быть подвергнуты натурализации, в то время как другие –

остранению, за счёт чего достигается компромиссное решение между эквивалентностью и приемлемостью.

Учёные-языковеды, ссылаясь на данную мысль определяют 2 переводческие стратегии – остранение и натурализацию, тем самым поставив вопрос: сохраняет ли переводчик лингвистические и культурные отличия оригинального текста или же пробует сделать его весьма доступным и понятным в принимающей культуре?

Следует рассмотреть определения этих стратегий с точки зрения и других учёных.

Ф. Шлейермахера даёт понимание стратегии как метод. Он писал, что существует лишь два метода перевода: 1) от читателя к автору; 2) от автора к читателю.

Он объясняет натурализацию как «этноцентрическое редуцирование оригинального текста в соответствии с культурными ценностями языка перевода» и наоборот «способ репрезентации чужого и непонятного текста в понятных терминах принимающей культуры» [Корнаухова 2011: 90-91].

Вплоть до настоящего времени стратегия натурализации остаётся самой распространённой переводческой стратегией во многих странах. Выбор текста, и его перевод реализуется в случае применения натурализации в соответствии с «домашними» литературными правилами.

А вот стратегию остранения Ф. Шлейермахер определял следующим образом: «этнодевиационное сопротивление ценностям культуры переводного языка, фиксирующие лингвистические и культурные отличия оригинального текста». Данная стратегия меняет традиционно негативное представление об интерференции, то есть влиянии исходного языка на язык перевода, превращая её в ценность [Корнаухова 2011: 91].

Остранение является ещё и стратегией сохранения при переводе маркеров иной этнокультурной идентичности [Синев, Крапивкина 2014: 11-12].

Таким образом, мы говорим о натурализации, когда переводчик переводит текст чужой культуры в соответствии с ценностями своей

собственной культуры, тем самым навязывая читателю ценности культуры языка перевода. Переводчик делает выбор в пользу стратегии остранения, если же читателю навязываются нормы и ценности чужой культуры.

По словам Л. Венути, компонентными характеристиками доместицированного текста следует считать следующие характеристики: лёгкость восприятия, прозрачность, отражение в тексте личности и интенции автора, создание впечатления, что мы читаем оригинал, а не перевод. При остранении же возникает «непрозрачность» текста, его мы читаем именно как перевод, так как в нём начинают прослеживаться «тёмные места» [Синев, Крапивкина 2014: 13].

Из выше сказанного следует, что в отдельном переводческом проекте не может быть безупречной стратегии натурализации или остранения, но каждый перевод является применением обеих стратегий с всевозможной степенью натурализации или отчуждения.

Переводчик не может избежать натурализации при переводе, так как текст, попадая в чужую культуру посредством перевода, ибо он становится феноменом данной культуры.

А. Берман подчёркивал, что при остранении текст перевода становится «местом проявления «чужого», даже если это чужое и проявляется в терминах языка перевода. Разумеется, данная стратегия пытается вызвать ощущение иностранного, она является реакцией на какую-то ситуацию в принимающей культуре, и может отвечать культурной или политической повестке дня [Корнаухова 2011: 96]. Из этого высказывания можно сделать вывод о том, что сам факт присутствия остранения в переводе предопределяет и наличие натурализации.

Действительно, в любом доместицирующем переводе можно обнаружить следы отчуждения, так как переводы осуществляются как раз ради «несовпадающего» в культурах, в читательских кодах «своеобразия адресанта, то есть того, что с точки зрения целого, составляет максимальную ценность сообщения» [Лотман 2005: 653].

Предположение о существовании остранения и натурализации обоснованно подтверждается исследованием переводческого дискурса [Воскобойник 2004: 345]. Автор когнитивной теории перевода использует формулировку, отражающую фактическое положение дел в каждом определённом переводческом проекте, а именно: «профессиональное маневрирование переводчика в режиме «остранение – натурализация» [Воскобойник 2004: 116].

Стоит отметить позицию Ф. Шлейермахера, который доказывал недостижимость «золотой середины», отмечая, что придерживаться можно только одной из двух стратегий, в противном случае «писатель и читатель могут вообще не встретиться» [Войнич 2010: 9].

В процессе перевода переводчики не используют одну и ту же стратегию (стратегию натурализации или остранения), так как в процессе перевода происходит постоянное маневрирование между ними, за которым стоит стремление к «золотой середине». В выборе стратегии перевода проявляется творческое начало переводчика, его понимание своей задачи и роли культурного адаптера.

При переводе фильмонимов, вполне уместен отчуждающий перевод, поскольку зритель заранее знает, что планирует смотреть фильм иностранного происхождения и должен быть готов к некоторым культурным различиям. Хотя не стоит пренебрегать использованием данной стратегии, так как прежде всего зритель должен иметь возможность понять из названия фильма его идею.

Таким образом, выбор стратегии перевода названий фильмов в пользу натурализации или остранения зависит от жанра и цели фильма, и степени осведомленности зрителей, помимо культурных особенностей зрителей, владеющих языком перевода. Данные стратегии – натурализация и остранение – являются крайностями, и профессиональный переводчик должен уметь находить компромисс между ними, лишь в малой степени отдавая приоритет одной из них.

Выводы по главе 1

В переводоведении не существует единой дефиниции для переводческой стратегии. Мы опираемся на определение В.В. Сдобникова, так как считаем его наиболее точным и отражающим все аспекты данного явления. Стратегия перевода – это программа осуществления переводческой деятельности, основанная на базе общего подхода переводчика к выполнению перевода в обстоятельствах конкретной коммуникативной ситуации двуязычной коммуникации, определяемая специфическими особенностями данной ситуации и целью перевода и, равным образом, определяющая характер профессионального поведения переводчика в рамках данной коммуникативной ситуации [Сдобников 2011: 172].

Необходимо проводить грань между понятиями «переводческая стратегия», «переводческая тактика», «переводческий метод» и «переводческий приём», согласно определениям по Т.П. Андриенко.

Такие языковеды как Н.К. Гарбовский, В.Н. Комиссаров, Т.П. Андриенко, М.Я. Цвиллинг, В.В. Сдобников разрабатывали и проверяли на практике собственные теории, которые связаны с переводческими стратегиями. Значимыми направлениями данных гипотез являются: 1) соотношение принципов и стратегии перевода, 2) различие между глобальной и локальной стратегиями перевода, 3) влияние коммуникативной интенции автора на формирование переводческой стратегии.

В процессе обучения переводчикам необходимо приобрести базовые принципы перевода для того, чтобы пользоваться ими регулярно, выработать переводческую компетенцию, а также индивидуальное переводческое мышление, которое будет выступать в качестве основной общей стратегии.

Отсюда следует несколько классификаций переводческих стратегий (например, по Х. Крингс, П. Герлофф, М. Мондал и К. Йенсен).

Эквивалентность перевода – это смысловая связь текстов оригинала и перевода. Комиссаров разграничивает 5 уровней эквивалентности при переводе

в зависимости от способа передачи, сохранения цели коммуникации при переводе и количества переданной информации.

Адекватность перевода – это соответствие перевода прагматическим задачам переводческого акта на предельно возможном для достижения этой цели уровне эквивалентности. Используются различные переводческие трансформации, чтобы достигнуть адекватности перевода.

Переводческие трансформации объединяются в переводческие стратегии. Это комплексы приёмов, которые применяются для решения переводческой задачи.

Ознакомились с основными стратегиями перевода англоязычных фильмонимов. Учёные выделяют 4 основные переводческие стратегии при переводе названий фильмов: прямой перевод (включающий в себя синтаксическое уподобление, транслитерацию, транскрибирование и калькирование), трансформацию путём добавления или опущения, лексико-грамматическую трансформацию (включающую в себя перестановки, описательный перевод, модуляцию, конкретизацию и генерализацию) и полную лексико-семантическую замену.

Довольно серьёзной задачей для специалиста является качественный перевод названия фильма. В идеальном переводе фильмонима необходимо отображать смысл киноленты, донесённый для потенциального зрителя одновременно в уместном и привлекательном виде, что подразумевает процесс адаптации в процессе трансформации оригинального названия. Для этой цели мы рассмотрели в работе такое значение как адаптация. Данный термин означает процесс приспособления к изменениям, которые происходят в условиях окружающего мира. При переводе происходит взаимодействие разных культур и языков, в результате осуществляется и лингвистическая, и культурная трансляция оригинального материала перевода, его адаптация в среде культуры, которой принадлежит язык перевода. Были рассмотрены часто встречаемые стратегии адаптации при переводе названий фильмов, такие как жанровая и смысловая адаптации.

Были рассмотрены 2 стратегии: натурализация и остранение. Благодаря данным стратегиям переводчик может сохранить лингвистические и культурные отличия оригинального текста, также попытаться сделать его более доступным и понятным в принимающей культуре.

Глава 2 Перевод фильмонимов как лингвокультурологическая проблема

2.1 Статус фильмонимов в категории имён собственных

2.1.1 Фильмонимы как особый тип имён собственных

В языке вместе с тем с нарицательными именами существуют имена собственные. Ономастика (от греч. «искусство давать имена») – это наука, которая занимается их изучением.

Имена собственные привлекали к себе внимание учёных ещё в Древнем Египте, Греции и Риме. Дискуссии о специфике и значении, а также о границах этого разряда слов продолжались в течение многих столетий – и в древности, и в эпоху Возрождения, и в наше время.

Имена собственные (онимы, ономы) – это единицы языка и речи, служащие для определённого названия отдельных предметов, объектов действительности. Назначение онимов – называть определённый предмет, выделяя его из класса однотипных или родственных предметов (например, мальчик Даня, кот Барсик, город Уфа, журнал «Жить здорово!»).

Ономастика – это раздел языкознания, который изучает ядро или основу имён собственных, их специфику, происхождение и развитие. Ономастика связана почти со всеми областями лингвистики, а также с такими науками, как история, культурология, литературоведение, психология, философия и др. [Чернецова, Криулина 2019: 102].

В роли имён собственных за нередким исключением выступают слова, реже – словосочетания и предложения. Что касается слов, то среди них преобладают существительные (например, Казань, Иван, Бублик) и субстантиваты (слова других частей речи, перешедшие в класс имён существительных, например: село Эссо, река Зелёная и др.).

Имена нарицательные обозначают классы объектов (кошка, город, девочка), а имена собственные даются объектам индивидуальным (собака Бублик, город Кумертау, девочка Катя) и служат, чтобы отделить эти объекты из общего класса.

Имена собственные очень многочисленны и применяются для называния самых разнообразных предметов, явлений – как реальных, так и созданных воображением человека. Далее приступим к рассмотрению их основных групп.

Топонимы (от греч. *topos* «место») – названия географических объектов. Их комплексная составляющая в языке называется топонимией, соответствующий раздел ономастики – топонимикой.

Антропонимы (от греч. *anthropos* «человек» и *онума* «имя») – любые имена собственные, которые может иметь человек. Это личные имена, отчества, фамилии, прозвища, псевдонимы. Совокупность антропонимов того или иного языка называется антропонимией, а раздел ономастики, занимающийся их изучением, — антропонимикой.

Космонимы (астронимы) — названия космических объектов: звёзд, планет, галактик, созвездий: Большая Медведица, Марс, Вега, Млечный Путь. Совокупность этих имён собственных называется космонимией, а раздел ономастики, который изучает их, – космонимикой.

Зоонимы – это клички животных: Барсик, Шарик, Кеша. Их совокупность в языке – зоонимию – изучает раздел ономастики зоонимика.

Свои названия зачастую получают произведения материальной и духовной культуры: автомобили, книги, песни, корабли и многое другое. Для обозначения этих имён собственных используются термины ктематонимы (от греч. *ktematos* «дело») или хрематонимы (от греч. *chrema*, *chrematos* «вещь, предмет») [Чайкисова 2017: 158].

Черта между нарицательной и ономастической лексикой в языке, по всей видимости, «размыта», не совершенна. А именно это касается микропонимов и прозвищ людей. Например, жители населённого пункта могут называть близлежащий сосновый лес словом сосны: «Пойду в сосны за грибами». В таких случаях сложно бывает определить, нарицательное ли перед нами имя (просто обозначение деревьев), полноценный топоним (название леса) или что-то среднее.

Вдобавок, в языке существуют группы слов, по поводу принадлежности которых к нарицательным или собственным именам до сих пор идут дискуссии. Таковы названия людей по месту жительства (уфимец, москвич) и этнонимы — названия народов, наций, племён (русские, англичане, эвенки).

Невзирая на то, что имена и названия вызывали интерес у людей с глубокой древности, ономастика как отдельная наука сформировалась недавно — в начале XX века. Это молодая область лингвистики и, надо отметить, очень увлекательная: всё же имена собственные очень тесно связаны с историей, культурой и духовной жизнью человечества.

Фильмоним — это понятие, обозначающее название кинофильма. Фильмонимы составляют особый раздел имён собственных, или онимов. Понятия «фильмоним», «название фильма» или «заглавие фильма» являются абсолютными синонимами. Название кинокартины представляет собой некоторую единицу, генерализирующую сюжет, смысл и идею, несущую в себе сам фильм [Хачатрян 2017: 26].

В лингвистическом плане заглавие — это имя текста, в семиотическом плане — это первый знак текста.

Первое, что мы слышим в контексте фильма, — это его название. Исходя из данного, мы можем сделать вывод, что верно подобранный фильмоним — половина триумфа киноленты. Если зрителя не привлекает название фильма, то, по большому счёту, он не станет его смотреть. Получается, что на создание фильмони́ма уходит много времени и сил. Вдобавок фильмоним должен соответствовать некоторым языковым стандартам, которые будут упомянуты ниже. Необходимо учитывать немалое количество условий, для того, чтобы перевести уже существующий фильмоним. Например, перевод должен сохранить смысл и идею, которую несёт в себе оригинал. Весьма часто это непросто сделать, ведь в своём большинстве фильмонимы весьма лаконичны и переводчику бывает трудно выбрать подходящий эквивалент, который может сохранить выразительность речи, и передать главную идею отдельно взятого фильмони́ма.

Следует отметить, что фильмоним можно понимать вдобавок как ключ к интерпретации фильмонима. Говорю другими словами, он содействует появлению некоторых догадок: о чём будет фильм и в чём её основная мысль. Отсюда появляется значимость исследовательских работ, помогающая выявить взаимосвязь между названием фильма и её восприятием, определить, каким образом он влияет на адресата, выявить ассоциативный потенциал того или иного фильмонима. Подобные исследования могут помочь в дальнейшем создателям фильмов давать более соответствующие названия фильмам.

Довольно много исследовательских работ посвящено названиям художественных фильмонимов, но фильмонимы долгое время не представляли собой объект исследований. Только последние пару лет фильмонимам посвящаются научные работы, и за рубежом в том числе. В большей степени в работах уделяется внимание всевозможным стратегиям и способам переводов. Таким образом, чаще всего прокатчики фильмов переводят фильмонимы, опираясь на собственный опыт и интуицию, чем руководствуясь научными работами.

Стоит сказать, что структурный аспект в изучении фильмонимов очень важен для выделения лингвистических принципов названий фильмов, так как между семантикой и структурой прослеживается очевидная связь, также та или иная синтаксическая структура создаёт эффект выразительности и тем самым создаёт прагматический эффект, вдобавок к этому, лаконичные синтаксические структуры способствуют скорейшему восприятию и запоминанию названия фильма.

Перевод фильмонима – это некое искусство, которое совмещает в себя не только умение передать идею сюжета, но и умение заинтересовать зрителя.

Порой переводчик сталкивается со сложными случаями при переводе англоязычных фильмонимов. К ним можно отнести в первую очередь игру слов или разного рода устойчивые выражения. В связи с этим во многих случаях нельзя перевести название фильма дословно или с помощью эквивалентов, ведь их порой совсем не существует. И тогда переводчик полностью переосмысляет

заголовок и предлагает совершенно не похожий на оригинальный вариант. В отдельных случаях перевод получается откровенно неудачным, как, например, это случилось с переводом фильма «Silver Linings Playbook». Российские прокатчики перевели его как «Мой парень – псих», что абсолютно портит впечатление. Жанр данного фильма – комедийная драма, он повествует об очень серьёзных жизненных событиях, но перевод превратил его в совершенно несерьёзную и примитивную комедию [Федорина, Дрюпина 2019: 40].

Итак, мы пришли к выводу, что требуется также учитывать жанр фильма. При выборе фильма зритель, как правило, ищет фильм определённого жанра. И в случае, если перевод «поменял» жанр фильма, то зрителя ждёт разочарование. Или если не разочарует, то, минимум, создаст определённое настроение, которое при просмотре может привести к непониманию сюжета.

Переводчику следует обладать не только профессиональным владением языка перевода и оригинала, но и экстралингвистическими знаниями, а также уметь применять творческие способности, чтобы переводить названия фильмов, ведь, как мы упомянули выше, редко есть возможность найти полноценный эквивалент. И полное переосмысление названия – это единственный выход дать адекватный перевод, который соответствовал бы всем канонам. В связи с этим связь между оригинальным названием и переводом часто трудно найти, и за это переводчиков то и дело критикуют.

Цель перевода состоит в установлении отношений эквивалентности между входными и выходными текстами, то есть убедиться в том, что оба текста передают один и тот же смысл, вдобавок учитывая большое количество других факторов. К ним относятся: грамматические правила языков, контекст, их соглашение на письме, стилистические особенности и др.

Существенным фактором, который следует учитывать при переводе, является наличие культурных, языковых и исторических особенностей в отдельно взятой стране. Очень важно учитывать выше упомянутый фактор, так как фильм может передавать различные ценности, менталитет и другие особенности страны, где был произведён фильм. Иначе это может оказать

влияние на возникновение различных специфик и стереотипов. Принципиально важно будет упомянуть, что перед тем, как приступить напрямую к переводу фильмонима, следует сперва посмотреть данный фильм и понять его специфику и идею, которую он в себе несёт. Вдобавок логичнее будет дождаться официального перевода на русском языке, ибо в фильме время от времени также встречаются трудные случаи перевода, и перевод фильмонима может зависеть от того, как переводчики перевели сам фильм [Серета 2018: 24].

Таким образом, мы приходим к выводу, что перевод фильмонима – долгий и трудоёмкий процесс, который требует от переводчика не только знания языка и экстралингвистические знания, а также осведомлённость о приёмах перевода.

Нередко в англоязычных фильмонимах отражаются различные культурные явления и реалии. В этом случае для хорошего понимания сути нужно быть хорошо знакомым с различными проявлениями культуры той страны, где был снят фильм. В свою очередь важно быть осведомлённым о различных исторических событиях, если речь идёт об историческом или документальном фильме. Таким образом, перед переводчиком стоит очень важная задача передать основную мысль заголовка, используя лексические средства языка перевода.

Ситуация на нынешнем рынке кино заставляет переводчиков очень ответственно и профессионально подходить к своему делу. Итак, чтобы правильно переводить большинство англоязычных фильмов, поступающих в прокат, недостаточно лишь владеть языком. Переводчик должен быть знаком также с теорией перевода, стратегиями перевода и профессионально оперировать лексическими трансформациями, чтобы дать достойный перевод фильмониму [Рылова, Басыров 2017: 131].

Согласно О.И. Александровой и У.А. Николаевой, существует две стратегии перевода фильмонимов: стратегия прямого (дословного) перевода и стратегия полной замены с использованием различного рода трансформаций.

Также Е.Ж. Бальжинимаева выделяет 3 основные стратегии, которые применяются при переводе англоязычных фильмонимов: прямой перевод, трансформация названия и замена названия фильма.

Без применения переводческих трансформаций нельзя представить перевод фильмонимов, как и перевод художественных произведений. Чаще всего при переводе фильмонимов применяются следующие трансформации: приёмы перемещения, добавления и опущения лексических единиц; основные типы лексических трансформаций: транскрибирование и транслитерация, калькирование, лексико-семантические замены (конкретизация, генерализация, модуляция), а также приём синтаксического уподобления и приём целостного преобразования [Надеждина, Юдина 2015: 4].

Из всех аспектов изучения фильмонимов, главным представляется семантический, так как название киноленты, так же, как и название любого литературного произведения, в краткой форме отражает его содержание, может также представлять главного героя, время или место действий. Собственно, семантический аспект изучения заглавий делает их особым разрядом имён собственных.

Когда идёт анализ семантических особенностей заглавий кинокартин, необходимо сослаться на систематизацию заголовков. Все эти классификации были исследованы такими всемирно известными учёными-лингвистами как А.В. Ламзина, Н.А. Кожина, Л.М. Щетинин.

Основу первого подхода к классификации названий составляют 3 неотделимые составляющие художественного мира любого произведения: человек, время и пространство. [Кухаренко 1988: 74].

Принципы формирования художественного мира произведения подразумевают выделение следующих типов заглавий кинокартин:

1. Фильмонимы, указывающие на объект.
2. Фильмонимы, отображающие место происходящих событий.
3. Фильмонимы, передающие время происходящих событий.

4. Фильмонимы, содержащие несколько семантических компонентов, отмеченных в других группах [Акямсова 2018: 26].

Анализ формально-структурных особенностей фильмонимов опирался на работы А.С. Попова, Н.Е. Бахарева, В.М. Ронгинского, которые пытались выявить синтаксический статус газетных заголовков и проанализировать их структурное разнообразие. Рациональность обращения к мнению этих учёных определяется тем, что фильмоним, как и газетное заглавие, – это элемент сильной позиции, который способен функционировать в тексте не только синсемантически, но и автосемантически.

С этих позиций, название фильма – это предложение. Но синтаксический статус здесь несколько особый: это предложение необычное, с большой функциональной нагрузкой, которая позволяет принять органичное соединение номинативных и коммуникативных свойств.

Можно опираться на традиционную классификацию, которая построена на оппозиции простых и сложных предложений, когда мы выделяем синтаксические модели фильмонимов [Подымова 2006: 56].

В первую группу включены фильмонимы, структура которых подходит простому предложению. Таковых большинство (около 80% от общего количества фильмонимов).

Исследователи выделяют среди подгруппы односоставных предложений больше предложений именного типа (А), чем предложений глагольного типа (Б).

А. Номинативные предложения часто являются распространёнными: «Школьный вальс», «Дело о пеликанах».

Большую группу составляют фильмонимы – односоставные предложения глагольного типа (Б). Это – определённо-личные предложения, где всё внимание устремлено на само действие: «Не покидай меня, любовь моя», «Джейк, верни машину».

Инфинитивные и безличные предложения, которые выступают в роли названий, заключают в себе вероятность показать императивно мысль в афористической форме: «Вам и не снилось», «Пощады не будет».

Во вторую подгруппу вошли фильмони́мы, синтаксическая структура, соответствующая двусоставному предложению. В подобных конструкциях особенно полно выражается информативная функция: «Москва слезам не верит», «Я люблю тебя до смерти».

Случается так, что двусоставные предложения осложнены обращением: «Я люблю тебя, Филип Моррис», «Дорогая, я увеличил ребёнка» (в приведённых примерах показана экспрессивность, происходит сближение со зрителем).

Характерное промежуточное место между простыми и сложными предложениями занимают осколочные конструкции, представляющие изолированную придаточную часть сложноподчинённого предложения: «Когда казаки плачут», «Пока ты спал».

В состав особой группы входят фильмони́мы, структура которых состоит из нескольких лаконичных предложений, выделенных интонационно: «Грех. История страсти»; «Любовь. Свадьба. Повтор.». Распространение подобных синтаксических структур вызвано усилившейся тенденцией к разговорному синтаксису.

Таким образом, можно предположить, что между содержанием фильма и его заглавием присутствует тесная взаимосвязь. Фильмони́мы могут передавать содержание фильма, место или время происходящих действий. Разумно думать, что семантические свойства фильмони́мов обусловлены характером выявления в них информативной функции. Название фильма можно рассматривать как предложение, синтаксический статус которого для рассмотрения крайне важен, благодаря формально-структурным характеристикам.

2.1.2 Классификация фильмони́мов

Классификация фильмонимов реализуется по семантическому параметру, по присущим составляющим художественного мира – языковой личности, относящихся к «универсальным текстовым категориям, так как их наличие в каждом произведении обязательно» [Кухаренко 1979: 74].

Рассмотрим классификацию фильмонимов как особых единиц. Возьмём за основу классификацию, которую предлагает Л.Г. Бабенко. Данная классификация была создана для группирования художественных заголовков, но принимая во внимание общность функций и особенностей художественных заголовков и фильмонимов – её также стоит применять и для классификации названий фильмов. Л.Г. Бабенко выделила фильмонимы по когнитивно-тематическому принципу, которые распределяются по следующим пяти категориям: 1) человек, 2) время, 3) пространство, 4) событие, 5) предметы [Бабенко 2000: 159-182].

Вдобавок рассмотрим классификацию фильмонимов, которую предлагает Ю.Н. Подымова. В своей исследовательской работе языковед предлагает классификацию фильмонимов по семантическому параметру, по данной классификации все фильмонимы можно распределить на четыре группы – фильмонимы указывающие на 1) объект, 2) место происходящих событий, 3) время происходящих событий и 4) фильмонимы, включающие в себя несколько семантических компонентов [Подымова 2006: 48].

Подвергая анализу классификации, предлагаемые Л.Г. Бабенко и Ю.Н. Подымовой, становится очевидным тот факт, что доминирующими классификациями можно считать группы фильмонимов, которые указывают на: объект-человек, место и пространство, время и событие.

Категории такого типа как «человек», «время» и «пространство» мы выделили как доминирующие над остальными, поскольку всё-таки на этих трёх категориях держится сюжет и основа фильма.

Для последующего исследования реализации прогностической функции при переводе фильмонимов, было решено, что разумнее применять классификацию Л.Г. Бабенко: человек, время, пространство, событие,

предметы. Стоит добавить шестую классификацию, в которой будут рассмотрены фильм-нимы, при этом одновременно совмещающие в себе несколько видов классификаций. Для рассмотрения и понимания реализации таких классификаций по Л.Г. Бабенко, приведём несколько примеров фильм-нимов.

1) «Человек или объект». Фильм-нимы, которые указывают на главного героя или группу основных персонажей фильма: John Wick – Джон Уик, Dory – В поисках Дори, Parker – Паркер;

2) «Время». Фильм-нимы, указывающие на время происходящих событий, это может быть время суток, дни недели, месяцы, год, отрезок времени, время действия в свою очередь может обозначать дата исторического события или имя исторического лица, которое связывает зрителя с определённым периодом времени: The 28 days later – 28 дней спустя, Back to the Future – Назад в будущее;

3) «Пространство». Фильм-нимы, указывающие место где имеют своё начало основные события, показанные в фильме. Пространство может быть, как вымышленным топонимом, так и реальным местом: Home Alone – Один дома, Hotel Mumbai – Отель Мумбаи: Противостояние, The Forest – Лес призраков;

4) «Событие». Фильм-нимы, которые указывают на событие, происшествие о котором пойдет речь в фильме и которое положило начало фильму или легло в основу сюжета: Inception – Начало, Awakenings – Пробуждение;

5) «Предметы». Фильм-нимы, которые обозначают знаковый или отличительный предмет упоминавшийся в фильме, ставший знаковым символом, вокруг которого может быть, как построен, так и завязан сюжет фильма: Green Book – Зелёная книга, The Notebook – Дневник памяти, Lock, Stock and Two Smoking Barrels – Карты, деньги, два ствола;

6) Смешанная группа фильм-нимов – в которой параллельно совмещаются как правило не более двух классификаций из пяти категорий, описанных выше. Такие фильм-нимы нередко имеют структуру простого

двусоставного предложения, которое лаконично повествует основную идею, заключенную в фильме.

Spider-Man: Far From Home – Человек-Паук: Вдали от дома (герой + место),
Holly Slept Over – Холли остаётся ночевать (человек + действие)

Таким образом, феномен заголовка, в нашем случае фильмонима заключается в принципиальной неисчерпаемости выраженных в нём потенциальных разнообразий смыслов и идей [Шакирова 2001: 27].

2.1.3 Функции фильмонимов

Различные авторы и исследователи выделяют различные функции фильмонимов. Наиболее распространённым мнением является, что фильмонимы выполняют рекламную и информативную функцию. Так, Ю. Н. Подымова в своей диссертации выделяет именно эти две функции.

Информативная функция отвечает за то, чтобы фильмоним содержал в себе главную мысль и идею фильма. Зритель, ознакомившись с названием фильма, желает иметь представление о сюжете фильма, следовательно, информативная функция имеет большое значение, напрямую влияя на впечатления зрителя перед просмотром. Нередко фильмоним вводит зрителя в заблуждение, если же эта функция не выполняется. Это происходит в том случае, если фильмоним несёт в себе двусмысленный, или вовсе ложный смысл. Также стоит упомянуть, что фильмонимы с двояким смыслом могут быть и привлекательны для зрителей, ибо они несут в себе загадку, которая способна заинтересовать их [Александрова, Николаева 2016: 113].

Итак, фильмоним представляет собой своего рода ключ к пониманию содержания фильма, и зритель является коммуникативным соавтором, ибо каждый может понимать и толковать один и тот же фильмоним по-разному. По причине этого появляется острая необходимость в проведении психологических исследований, которые выявили бы обоснованность и закономерности восприятия фильмонимов, определили бы каким образом оно

влияет на зрителя, а также определили всевозможные ассоциации, которые связаны с фильмонимом.

Во-вторых, существует ещё одна важнейшая функция фильмонимов – рекламная. Она отвечает за то, чтобы название фильма было привлекательным и привлекло внимание как можно большее количество зрителей. Наличие стилистических, фонетических, лексических и других средств выразительности говорит, в частности, о использовании данной функции. Чем более выразительным и более запоминающимся является фильмоним, тем большее количество зрителей будет заинтересовано в просмотре фильма. Бывает так, что названия фильмов оказываются крылатыми выражениями и широко используются в СМИ. В таком случае можно с уверенностью утверждать, что название фильма подобрано очень успешно. Так, например, словосочетание «служебный роман» получило широкое распространение именно после выхода одноимённого фильма. Данный фильмоним настолько вошёл обиход, что, услышав фразу служебный роман, человек в первую очередь вспоминает фильм, а затем уже задумывается о другом значении.

Из этого следует, что подобрать подходящее название для фильма весьма сложно, поскольку должны соблюдаться 2 важнейшие функции, которые зачастую могут и противоречить друг другу. Ведь главное правило информативной функции заключается в том, что фильмоним должен нести основную мысль фильма, а для рекламной функции существенным является наличие некой загадки.

2.2 Переводческие трансформации в процессе перевода английских фильмонимов на русский язык

2.2.1 Национально-культурная специфика английских фильмонимов

На сегодняшний момент, в теории перевода используется термин «локализация», то есть процесс адаптации конкретного продукта для носителей другого языка и культуры. Поскольку кинофильмы являются коммерческими

продуктами кинорынка, поэтому их наименования требуют культурной адаптации к особенностям целевой аудитории. Наименование фильма – это крайне важный фактор для формирования впечатления о фильме у зрительской аудитории и желания просмотра, – эти сведения определяют коммерческую выгоду данного продукта.

Одной из причин изменения оригинального наименования является наличие в нём культурно-специфичных прецедентных имён. К примеру, оригинальное название фильма «Bonnie and Clyde» об известных в Америке грабителях, действовавших во времена Великой депрессии, было изменено на «Bonnie and Clyde. Were Killers!» для зрителей Британии. Кинодистрибьюторы предположили, что в Великобритании зрительская аудитория может быть незнакома с данными именами (персонажами), и в этой связи не сможет правильно предугадать жанровую и сюжетную принадлежность фильма, поэтому добавили к антропонимам Bonnie and Clyde дескрипцию Were Killers.

Следующий пример: британский телесериал под названием «Spooks» рассказывает о деятельности группы сотрудников британской контрразведки MI5. Выбор названия обусловлен тем, что лексема spooks (spook – призрак, привидение; тайный агент: шпион) является сленговым прозвищем офицеров британских спецслужб. В США и Канаде, однако, данный сериал был показан под названием «MI5», данный термин является официальным названием государственного ведомства британской контрразведки. Причиной замены одного термина на другой стал тот факт, что лексема spooks в американском варианте английского языка также используется для пренебрежительного наименования афроамериканцев: «US offensive: A black person», в связи с чем её употребление может рассматриваться как оскорбительное. Наличие у слова негативных коннотаций делает его потенциально конфликтным, что может отрицательно сказаться на реализации рекламной функции фильмонима [Антонов 2019: 410].

Иногда адаптация фильмонимов может отражать стереотипные представления об особенностях той или иной нации. Так, например, весьма

неоднозначную оценку среди зрителей и кинокритиков получила замена слов в оригинальном названии фильма, снятого по книге Джоан Роулинг «Harry Potter and the Philosopher's Stone», который вышел в прокат в США под названием «Harry Potter and the Sorcerer's stone». Это было мотивировано тем, что американских детей может оттолкнуть слово philosopher (философ) своим научным характером, в то время как использование лексемы sorcerer (sorcerer – человек, который практикует магию), наоборот, привлечёт их внимание и вызовет нужные ассоциации с волшебством, мистикой и т.п.

Таким образом, на основе вышеупомянутых примеров, мы выяснили, что американские и британские названия фильмов подвергаются адаптации для зрительской аудитории той или иной страны по ряду причин: в связи с наличием в заголовке национально-специфичных элементов, которые могут быть неправильно восприняты из-за различий в культурной базе потенциальных зрителей; применением в составе заголовка конкретных языковых единиц, которые не получили распространение на территории Великобритании или США; когда присутствуют совпадения среди наименований фильма с уже существующим и широко известным в рамках данной культуры названием другого фильма или продукта.

2.2.2 Средства репрезентации культурной информации в английских фильмонимах

Культурная информация или же культурный опыт, национально-культурная семантика является информацией об основных событиях, персоналиях, традициях, верованиях, бытовых реалиях, связанных с жизнью национально-культурных сообществ. Она определяется как «совокупность результатов деятельности людей, которые создают систему традиционных для человечества ценностей (духовных и материальных) [Разумовская 2016: 111].

В большинстве современных культурологических исследований – культура представляется в качестве особой информационной системы. Она

отображает природу человеческой цивилизации. В отечественной литературе информационный подход к культуре успешно развивал Ю. М. Лотман, который дал определение человеческой культуры как совокупности всей ненаследственной информации, способов её организации и хранения [Урсул, Урсул 2011: 47]. Возможность создания, накопления и передачи внегенетическим путём всевозможной информации другим индивидам и потомкам принципиально отличает человека от его ближайших диких родственников. В дальнейшем удалось обобщить эти идеи и показать, что социальная ступень эволюции предопределяется надиндивидуальной и внеорганической системой средств накопления, хранения и передачи от поколения к поколению. Эти данные существенно важны для коллективного объединения входящих в общество индивидов [Базарова, Саляхова, Яхин 2018: 31].

Наличие надбиологических механизмов, т.е. программ, кодов, алгоритмов играет важнейшую роль в развитии общества, выражая и его отличие от биологической ступени, и фактически глубинную информационную сущность социальной ступени. Но это свойство внутренне связано с сознанием, одно без другого в обществе не существует, вдобавок к этому, именно сознание наделяет смыслом артефакты-знаки, которые в дальнейшем активно участвуют в формировании сознания как индивидов, так и коллективного интеллекта. Сознание человека в формировании культуры играет роль важнейшего опережающего фактора, без которого вряд ли появился бы такой внегенетический социально-информационный процесс, как культура.

Рассматриваемый здесь информационный критерий оценивает изменение информационного содержания материальных или других систем в ходе эволюционной самоорганизации либо самодезорганизации. Причём на прогрессивной линии эволюции происходит накопление информации в системах, вследствие этого, критерий выступает в качестве вектора усложнения эволюционирующих систем. Поэтому можно считать, что информационный

критерий эволюции в принципе применим и к культуре, так как показывает её природу.

Накопление информации происходит не в структурной единице социальной ступени, порой и в ней тоже, а вне её, что требует всё большего освоения внешнего окружающего пространства и преобразования находящихся в нем объектов для превращения их в артефакты.

Передача культурной информации также требует использования пространства и материальных объектов вне организма составляющих общество людей и активного участия в этом процессе их сознания. Вероятно, можно констатировать наличие специального социокультурного принципа внеорганизменного накопления, передачи и преобразования информации. И это согласуется с принципами синергетики, согласно которой рост информации в эволюционирующей системе происходит за счёт окружающей среды. Принцип экзогенного накопления культурной информации, имеющий отчетливо выраженный информационно-синергетический характер, вовсе не отменяет положения о том, что эта информация обретает свою культурную форму лишь в ходе придания сознанием человека значения, смысла артефактам, после этого они включаются в семиосферу как область существования и эволюции человеческой культуры.

Исходя из субъективных предпосылок, переводчик использует лингвокультурную адаптацию при переводе с целью придания названию большей информативности или экспрессивности. Исходя и этого, адаптация происходит либо за счёт игнорирования каких-то частей названия или пояснения недостающих, если они не являются узнаваемыми в принимающей культуре, либо использовании при переводе реалий или культурно-маркированных слов принимающей культуры.

Учёт прагматики изначального названия подразумевает применение различных подходов адаптации, которые помогают читателю (потенциальному зрителю) извлекать наиболее адекватный содержанию фильма смысл. Кроме того, мы обнаружили еще 4 вида адаптации, которые можно отнести к

лингвокультурным – жанровая адаптация и возвращение к источнику, перевод с использованием приёмов эвфемизации и деэвфемизации [Бучина 2017: 84].

Дословный перевод сохраняет свою информативность и лаконичное звучание, что в свою очередь позволяет привлечь внимание большой аудитории зрителей.

Ориентация на принимающую культуру при переводе приводит к опущению и/или замене элементов названия, являющимися непозволительными в данной культуре по идеологическим, эстетическим или моральным соображениям, являющимися непрозрачными с точки зрения смысла или не вызывающими отвечающих должным образом ассоциаций по сравнению с культурой источника. Смысловая адаптация, подразумевающая замену или добавление ключевых слов фильма и применяемая в связке с лингвокультурной. Она восполняет в названии смысловую или жанровую недостаточность дословного перевода. Название фильма «является одной из разновидностей текстов, при переводе которых возможно игнорирование особенностями формы и второстепенными по важности элементами информации, а также семантической общности исходного и переводного текстов для адекватного воспроизведения доминантной функции оригинала», коей является рекламная, то есть привлечение внимания [Петрова 2016: 17].

В данной работе также стоит рассмотреть термины «имплицитность», «имплицитная информация», «импликация» как необходимые компоненты смыслового содержания, так как именно эти термины помогают понять изложенную автором информацию. Имплицитность представляет собой сложное взаимодействие лингвистического и экстралингвистического. Она предусматривает скрытое, опосредованное или косвенное выражение какого-либо значения, имеет прямое отношение к тексту или высказыванию и трактуется как явление, сопутствующее речемыслительному процессу. Имплицитность – это то, о чём мы не хотим или не можем говорить прямо. Под имплицитной понимают ту информацию, которую автор сообщения имеет в виду, выражает опосредованно. Она является скрытой, однако воспринимается

реципиентом сообщения. Данная информация является несоответствием сказанного/написанного и услышанного/прочитанного, следовательно, деятельность реципиента и включает не только расшифровку знаков, но и бесчисленные выводы, которые он делает на основе подтекста и собственных фоновых знаний. Стоит также отметить, что имплицитность тесно связана с импликацией, поскольку выявление имплицитных приращений в узуальных словоупотреблениях основывается на импликационных процессах ассоциирования концептов. Иными словами, импликация как инференциальное значение имеет место при восстановлении невербального содержания [Приходько 2004: 53].

Таким образом, импликация как реальное мыслительное и лингвистическое явление не представляет собой строгие логические отношения причины и следствия, не связывается с установлением истинного значения высказывания. Субъектом импликации являются коммуниканты. Этот факт обуславливает прагматический характер лингвистической импликации, её интенциональность и когнитивно-контекстуальную зависимость.

Рассмотрим культурные коннотации фильмонимов и их интерпретацию.

«Культурная коннотация – это интерпретация денотативного или образно мотивированного, квазиденотативного, аспектов значения в категориях культуры» [Телия 1998]. Учёный толкует культурную коннотацию как «информацию, которая интроспективно создается субъектом языка и культуры, и которая хранит информацию о концептуальной интеракции языкового знака и знака «языка» культуры». Стоит отметить, что в процессе интерпретации происходит созидательный труд «культурноносителя» и «языконосителя» по осмыслению единиц культурного пространства в результате соотнесения формально-содержательных характеристик «тела» языкового знака с универсумом смыслов, закреплённых за знаками культуры. [Иванова, Чанышева 2010: 266].

Ли Лицюнь под коннотацией называет несущественные, но постоянные признаки выражаемого понятия, которые в свою очередь выполняют принятую

в данном языковом коллективе оценку соответствующего предмета или факта действительности. Автор отмечает, что в коннотациях отражаются связанные со словом культурные традиции. Ещё Ли Лицюнь выделяет, что во всех языках встречается большое количество таких слов, которые обладают символическим, метафорическим и ассоциативным значением, помимо прямого значения [Ли Лицюнь 2004: 92].

Предмет интереса лингвокультурологов составляет также «культурная память» языковой единицы. Это те ассоциации, которые задаются языковой единицей и тянутся из ее прошлого употребления, организуя современное значение. Прежде чем получить современное значение, фактически любое слово нашей речи, прошло сложную семантическую историю, ведущую нас в конечном итоге к начальным словотворческим усилиям человека. Из каждого слова, которое мы употребляем, глядят на нас не сорок веков, а по меньшей мере сорок тысячелетий. И сама культура — это прошлое, просвечивающее в настоящем. Чем глубже это прошлое, тем выше культура.

Таким образом, культура попадает в знаки языка через ассоциативно-образные основания их семантики и интерпретируется через проявление связи образов со стереотипами, эталонами, символами, мифологемами, и другими знаками национальной культуры. Именно система образов, которые закреплены в семантике национального языка, является зоной направленности культурной информации в естественном языке. В культурной информации реализуются потенциальные ресурсы номинативной системы языка, благодаря ей существует возможность удерживать глубинный смысл, который находится в сложных отношениях с семантикой слова, закреплять его в языке, создавая культурно-национальную языковую картину. Используя культурную информацию при переводе названий кинолент, у зрителя появляется интерес к познанию культуры, исторических событий, связанных с источником. Фильмом представляется собой сложно поликодовое образование, которое воспринимается только в единстве своего вербального, визуального и звукового воплощения, а сопоставление с различными культурными кодами составляет

содержание культурной информации. Именно она придаёт культурно-значимую маркированность смыслу названия, в котором она употребляется.

2.2.3 Средства передачи национально-культурных особенностей фильмонимов

В процессе перевода названий англоязычных фильмов на русский язык – используются разнообразные стратегии: от транслитерации, прямого перевода, грамматической и лексико-грамматической трансформации до полной замены названия [Бальжинимаева 2009: 32-45]. В процессе перевода фильмонима существенно важно сохранить его соотнесённость с сюжетной линией и композиционными особенностями фильма, его идейно-философским содержанием и жанровой принадлежностью. В случае нарушения данного соответствия указанным критериям переведённое название нельзя будет считать адекватным. Вдобавок, название фильма выполняет аттрактивную функцию, название должно быть привлекательным для потенциального зрителя и должно быть ориентировано на целевую аудиторию. Качество перевода названия становится лучше, если переводчик хорошо знаком с лингвокультурными особенностями переводимого текста и его национально-культурными особенностями. При невозможности осуществления удачного прямого (дословного) перевода с сохранением структурно-семантических особенностей названия основой перевода часто становится жанровая принадлежность фильма, определяющая выбор соответствующих стилистических и лексических средств языка.

Переводовед Ли Лицунь предлагает следующие способы преодоления трудностей перевода, которые возникают при различии культур:

- 1) Недостаток тех или иных реалий требует обращения к толкованию слов.
- 2) Недостаток тех или иных реалий требует обращения к заимствованиям или калькам.

3) Недостаток конкретной семантики требует обращения к расширению объема заглавия и его конкретизации.

4) Недостаток эквивалента в другом языке обуславливает замену заглавия [Панкратова 2019: 290].

Для осуществления адекватного перевода следует владеть знаниями или умениями владеть стратегиями, способами и приёмами перевода, которые определяют тот или иной метод перевода. Стратегии, способы, приёмы и методы перевода, варьируются переводчиком в зависимости от вида и единицы перевода. Но способ перевода – это основополагающая и классифицирующая категория перевода, поскольку в её основе лежат основные закономерности речемыслительной деятельности переводчика. Приём и метод, в свою очередь, выступают производными от способа перевода.

Метод перевода – целенаправленная система взаимосвязанных приёмов, учитывающая вид перевода и закономерно существующие способы перевода. Это система действий, вырабатываемая человеком на основе опыта, в значительной степени зависящая от привычек и способностей самого переводчика [Левый 1974].

Переводческие стратегии – это программа осуществления переводческой деятельности, которая формируется на базе всеобщего подхода переводчика к выполнению перевода в условиях конкретной коммуникативной ситуации двуязычной коммуникации, определяющаяся специфическими различиями данной ситуации и целью перевода, которая, в свою очередь, определяет характер профессионального поведения переводчика в рамках данной коммуникативной обстановки. Стратегия перевода названий фильмов — это совокупность переводческих трансформаций, используемых для создания решения переводческой задачи: перевода названий фильмов с английского языка на русский язык.

Рассмотрим стратегии и основные способы перевода, относящиеся к ним (за основу взяли концепцию основных стратегий перевода названий фильмов

по Е.Ж. Бальжинимаевой) и некоторые способы перевода, представленные в переводе:

1. Стратегия прямого перевода:

а) Транслитерация – переводческий приём, при котором при помощи букв переводящего языка передаются буквы, составляющие слово исходного языка.

б) Транскрипция – передача буквами иностранного языка не орфографической формы, а звучания слова исходного языка.

в) Калькирование – «воспроизведение комбинаторного состава слова или словосочетания», при котором составные части слова (морфемы) или фразы (лексемы) переводятся соответствующими элементами переводящего языка с последующим сложением переведенных частей без каких-либо изменений.

2. Трансформация (стратегия) путём добавления или опущения. Такого рода стратегия используется в тех случаях, когда при дословном переводе складывается либо лексическая недостаточность и название непонятно русскоязычному зрителю или лексическая избыточность – и суть фильма будет понятна зрителю и с более коротким названием. В некоторых случаях эта стратегия используется, чтобы восполнить жанровую недостаточность прямого перевода. К ней относятся:

а) Добавление – это восстановление при переводе опущенных в ИЯ «уместных слов», к примеру: Весна. – It is spring.

б) Опущение – это опущение тех или иных «избыточных» слов при переводе, к примеру: He is a scientist. – Он учёный.

3. Лексико-грамматическая трансформация – стратегия, которая применяется в тех случаях, когда язык оригинала и язык перевода не содержат аналогичные грамматические конструкции, или лексические эквиваленты. К этой стратегии относятся: перестановка, описательный перевод, синонимическая замена, модуляция, генерализация и конкретизация.

а) Перестановка – это изменение расположения (порядка следования) языковых элементов в тексте перевода по сравнению с текстом подлинника.

Элементы, которые могут подвергаться перестановке: слова, словосочетания, части сложного предложения, самостоятельные предложения.

б) Описательный перевод – раскрытие значения лексической единицы ИЯ, при помощи развёрнутых словосочетаний.

в) Синонимическая замена – к ним относится подавляющее большинство вариантов перевода с использованием межъязыковых синонимов. При этом наблюдается сохранение важнейших семантических компонентов исходной единицы текста. Синонимические замены наблюдаются при описательном переводе и в антонимическом переводе. Правда, в антонимическом переводе один из компонентов заменяется другим, противоположным по значению, однако тут же происходит нейтрализация противоположного по значению компонента за счет введения дополнительного компонента.

г) Модуляция – (смысловое/логическое развитие) – замена слова/словосочетания языка оригинала единицей языка перевода, значение которой логически выводится из значения исходной единицы, а значения слов оригинала и перевода связаны логическими причинно-следственными отношениями.

д) Генерализация – замена частного общим, видового – родовым. По В.Н. Комиссарову генерализацией называется замена единицы ИЯ, имеющей более узкое значение, единицей ПЯ с более широким значением, т.е. преобразование, обратное конкретизации.

е) Конкретизация – замена широкого значения единицы ИЯ более конкретным В ПЯ.

4. Способ функционального перевода:

а) Эквивалент – слова или словосочетания, имеющие полное соответствие в другом языке. Эквиваленты бывают полными, покрывающими значение иноязычного слова полностью, и частичными (соответствие относится только к одному из значений); абсолютными – принадлежащими к тому же функциональному стилю и имеющие такую же экспрессивную функцию, что и

слово исходного языка, и относительными – соответствующими по значению, но имеющие другую стилистическую и/или экспрессивную окраску.

б) Функциональный аналог – языковая единица исходного языка передается такой единицей переводящего языка, которая вызывает сходную реакцию у зарубежного читателя.

в) Описательный перевод – способ перевода, использующийся в тех случаях, когда не существует никакой другой возможности передачи языковой единицы вследствие отсутствия эквивалентов и аналогов в.

Описательный перевод заключается в передаче значения иностранного слова при помощи более-менее распространенного объяснения.

5. Стратегия полной лексико-семантической замены – это перевод лексических единиц оригинала путём применения в переводе единиц переводящего языка, значение которых не совпадает со значениями исходных единиц, но может быть выведено из них с помощью определенного типа логических преобразований. Основными видами подобных замен являются: конкретизация, генерализация и модуляция (смысловое развитие) значения исходной единицы [Комиссаров 1990].

Помимо этого, переводчикам часто приходится прибегать к различным лексическим трансформациям единиц исходного языка. Сущность процесса трансформации заключается в «преобразовании внутренней формы слова или словосочетания, или в полной ее замене для адекватной передачи содержания высказывания». В переводоведении принято различать следующие виды лексических трансформаций (среди них также выделяется конкретизация, генерализация и модуляция):

1. Дифференциация значений. Дифференциация – это передача значения широкого абстрактного понятия ИЯ без его полного уточнения;

2. Контекстуальный перевод – «замена словарного соответствия при переводе контекстуальным, логически связанным с ним». В данном случае переводчик обращает внимание на соответствия, которые слово может иметь в контексте в отличие от его значений, приведенных в словаре. Содержание

слова передается, таким образом, при помощи трансформированного соответствующим образом контекста, причем важную роль играет и передача коннотативного значения языковой единицы;

3. Антонимический перевод – замена какого-либо понятия, выраженного в подлиннике, прямо противоположным понятием в переводе с соответствующей перестройкой контекста;

4. Целостное преобразование – преобразование «внутренней формы отрезка речевой цепи, причем преобразование не по элементам, целостное»;

5. Компенсация. Сущность приёма заключается в том, что, допустив некоторые потери при передаче определенного образа, переводчик восполняет их, создавая другой образ такой же стилистической направленности. К приёму компенсации следует прибегать только тогда, когда другие способы передачи стилистических особенностей оригинала невозможны [Ковалёва 2001].

Рассмотрим следующие примеры:

1) «Lawless» — «Самый пьяный округ в мире» — Полная лексико-семантическая замена. (lawless – не контролируемый законами, незаконный). Оригинальное название сложно благозвучно перевести на русский язык из-за своей размытости: «Беззаконие», «Попирающие законы», «Нарушители». Фильм снят по книге «The Wettest County in the World» и повествует о братьях, занимающихся бутлегерством во времена сухого закона, поэтому переводчик использовал перевод названия книги в качестве названия фильма в российском прокате. В данной ситуации такая замена допустима и оправдана, т.к. название книги лучше передает задумку автора и содержание фильма.

2) «Silver Linings Playbook» — «Мой парень псих» — Полная лексико-семантическая замена. При переводе была полностью утрачена семантика: *playbook* — сборник пьес, инструкция, методика; *silver lining* — луч надежды, просвет. Главный герой прошёл длительное лечение в психиатрической больнице и мечтает помириться со своей бывшей женой, которая не хочет его видеть и к которой он не может приближаться по судебному решению. Он знакомится с девушкой, которая также проходила лечение в психиатрической

больнице, и она олицетворяет для него надежду на новую жизнь. При переводе изменился стиль: в оригинале он был более нейтральным, при переводе он стал разговорным и неформальным. Русское название соответствует содержанию фильма, но не передает его основную идею, которая была отражена в оригинальном названии. Переводческая стратегия выбрана неудачно, фильм можно перевести с помощью трансформации путем опущения: «Луч надежды» или лексико-грамматической трансформации и опущения: «Новая надежда».

3) «Deadpool» — «Дэдпул» — Стратегия прямого перевода, транскрибирование. Dead pool — тотализатор, в котором делаются ставки на смерть знаменитостей. В интернет-сообществе и в сленге «дэдпул» используется в качестве более краткого названия таких тотализаторов. В фильме и названии фильма Дэдпул используется в качестве имени собственного, поэтому транскрибирование оправдано и допустимо. Переводческая стратегия выбрана удачно.

4) «The World`s End» — «Армагеддец» — Полная лексико-семантическая замена. Сюжет фильма разворачивается вокруг компании друзей, которые решают повторить свой юношеский марафон по пабам города: за ночь им надо обойти 12 пабов, последним из которых должен стать паб «Конец света». В процессе своего марафона они обнаруживают, что некая инопланетная Сеть вторглась на планету и заменяет жителей города на андроидов. Дойдя до последнего паба, они находят Сеть, скрывающуюся в подземельях под пабом, и после спора Сеть оставляет свой проект по замене населения Земли и покидает планету, и взрывает города, отбрасывая человечество обратно в средневековье. Лексико-семантическая замена, использованная при переводе, не оправдана, т.к. дословный перевод «Конец света» позволяет отразить в названии фильма и название паба, являвшегося конечной целью главных героев, и финал фильма, а также больше соответствует оригинальной задумке автора.

Таким образом, на основе рассмотренных примеров, можно сделать вывод, что стратегия лексико-семантической замены используется чаще, так как лучше отображает посыл автора при переводе английских фильмонимов.

Перевод названий кинофильмов можно считать удачным, адекватным, если он соответствует содержанию, идейному замыслу и жанровой принадлежности фильма. Благодаря правильно выбранной стратегии перевода, переводчикам удаётся достичь поставленной цели при переводе фильмонимов: сделать перевод адекватным и сохранить их культурные особенности. [Александрова, Николаева 2016: 121].

Далее стоит рассмотреть ещё несколько примеров, и на их основе выяснить, какие стратегии при переводе позволяют более точно передать национально-культурные особенности фильмонимов.

Интересно, что у переводов названий фильмов, содержащих реалии, которые представлены именами супергероев, трудно выделить определённую закономерность. Рассмотрим несколько примеров стратегии прямого перевода:

1. Калькирование («Iron Man 3» – «Железный человек 3», «Ant-man» – «Человек-муравей»)

2. Транскрипция («Batman vs Superman: Dawn of Justice» – «Бэтмен против Супермена: на заре справедливости») [Руфова 2019: 290].

Скорее всего, мотивами использования данной стратегии послужило желание переводчиков «русифицировать» реалию, поскольку без просмотра фильма не каждый зритель сможет понять, в чём заключается суперспособность того или иного персонажа. А также и желание сделать русское название не таким громоздким, каким оно может оказаться при переводе: например, перевод слова Batman мог бы быть Человек-летучая мышь. К тому же Бэтмен и Супермен уже достаточно хорошо знакомы русскоязычным зрителям, причем настолько, что их имена можно считать освоенными реалиями. Но в тех случаях, когда российский зритель не знает иностранного языка, а из транскрибированного названия невозможно понять о каком супергерое пойдёт речь («Ant-man» – «Ант-мэн»), переводчик использует приём калькирования: Человек-муравей.

Довольно интересен перевод названия фильма «Birdman» – «Бёрдмэн». Для того, чтобы верно передать реалию на русский язык, прежде всего, нужно

знать ее значение. По сюжету фильма главный герой Риг Томсон в молодости был известен по роли культового супергероя 1980-х годов Бёрдмена. Перевод с использованием транскрипции объясняется желанием переводчика отнести данный фильм к кинопроизведениям о супергероях (которые существуют в комиксах вселенной Marvell), а имя сыгранного героем фильма персонажа, Бёрдмэн, отсылает русскоязычного зрителя к Бэтмену, создавая определённые ожидания.

Также можно отметить другую тенденцию при переводе названий фильмов, содержащих инокультурные реалии, то есть внешние, как для ПЯ, так и для ИЯ. Например: «ronin» (ronin – бродячий самурай без хозяина; японский студент, который не сдал экзамены), «Kung Fu» (KungFu – китайский метод борьбы). В отличие от других, такие реалии не принято опускать при переводе названий: «47 Ronin» – «47 ронинов», «Kung Fu Panda 3» – «Кунг-Фу панда 3»; при переводе данных названий фильмов была использована стратегия прямого перевода (транскрибирование). Скорее всего, несмотря на специфичность таких реалий, их значения в какой-то степени понятны и известны большинству людей в мировом сообществе. Также стоит отметить, что подобные реалии называются освоенными реалиями, так как они широко распространены как в ИЯ, так и в ПЯ [Воронцова, Ткаченко 2015: 139].

В ходе анализа материала одна реалия сохранилась в неизменном виде при передаче её на ПЯ: «G.I. Joe: Retaliation» – «G.I. Joe: Бросок кобры 2». При переводе используется стратегия лексико-грамматической трансформации. G.I. Joe (G.I. – человек, завербованный в армию; Joe – парень; прозвище для имени Джозеф) – это линия игрушечных фигурок солдатиков производства компании Hasbro, а также сленговое наименование американских военнослужащих. Это наименование является составным. Изначально G.I. обозначало маркировку оцинкованной стали, которая использовалась вооруженными силами США. Этот акроним также расшифровывается как Government Issue или General Issue и обозначает солдатское обмундирование и военное оборудование. Joe – это американское сленговое обозначение простого парня, обычного, среднего

человека. Таким образом, «G.I. Joe» – это название «простого солдата», оно было позаимствовано компанией по производству игрушек, в частности – солдатиков. Сохранение реалии в постоянном виде можно объяснить тем, что это уже второй фильм о тех же героях. В нашем прокате в названии первого фильма реалия была опущена: «G.I. Joe: The Rise of Cobra» (2009) – «Бросок кобры».

Таким образом, на основе вышеприведённых примеров перевода англоязычных фильмонимов на русский язык, можно отметить, что переводческая стратегия прямого перевода используется переводчиками чаще, чем лексико-грамматическая трансформация. Именно она при переводе позволяет более точно передать национально-культурные особенности. Можно предположить, что при переводе, используя данную стратегию прямого перевода, переводчикам удаётся более точно передать идейный замысел и жанровую принадлежность фильма.

Выводы по главе 2

Во второй главе мы узнали, что в современных условиях глобализации сфера кинематографии занимает лидирующие позиции среди других жанров искусства. Была дана краткая история появления этого вида искусства, который за короткое время набрал всемирную популярность. Также было дано объяснение важности грамотного подхода к переводу фильмонимов на другие языки, в данном случае, на русский язык, по причине того, что огромный поток продукции западной киноиндустрии приходит на российский рынок. В главе присутствует информация о российских переводчиках и их способах перевода.

Были описаны основные функции фильмонимов, представлена классификация фильмонимов, даны определения понятий, которые связаны с описанием этих функций и классификаций, также были рассмотрены особенности фильмонимов.

В главе был рассмотрен ряд переводческих трансформаций (стратегий) на примере названий кинолент, уделено внимание техническим приёмам, способам и методам перевода, рассмотрены определения культурной информации и культурной коннотации, имплицитности; рассмотрены примеры переводов англоязычных фильмонимов на русский язык с целью восприятия теоретического материала, на основе которого в дальнейшем будет проведён сравнительный анализ в главе № 3.

Глава 3 Сопоставительный анализ вариантов перевода английских фильмонимов

3.1 Анализ вариантов перевода названий англоязычных фильмов на русский язык

3.1.1 Соотношение частотности использования разных стратегий перевода фильмонимов

Перевод названий фильмов занимает особое место в рамках стратегий и способов перевода, что обусловлено некоторой автономией заголовка по отношению к фильму в целом. В данном случае мы говорим об автономии, поскольку иногда название начинает свою жизнь задолго до презентации фильма на экране, порождая какие-либо ассоциации, желание посмотреть или полнейшее внутреннее отторжение у потенциального зрителя, что со всей очевидностью свидетельствует о его важности и значении для дальнейшей судьбы фильма в плане его принятия или неприятия аудиторией, а также в экономическом плане, возможных сборах или убытках, которые могут понести создатели фильма [Горшкова 2014: 26-37].

Специфические особенности перевода заголовков обуславливаются в основном тремя факторами: 1) основное назначение заголовка в кинофильме заключается в том, чтобы заинтересовать зрителя, привлечь его внимание к выходящей на экраны картине, 2) заголовок признан в краткой форме изложить содержание фильма и выделить наиболее важные факты, 3) заголовок должен убедить читателя, внушить ему основную идею кинофильма до начала просмотра [Хижняк 2015].

Название – это визитная карточка любого произведения. При переводе наименования фильма перед переводчиками стоят сложные задачи. Адаптированный вариант должен быть не только понятным для зрителей, но и способным привлечь как можно большую аудиторию. Перевод-адаптация – самостоятельный переводческий жанр, в котором не только используются традиционные приёмы адаптивного приспособления текста для

неподготовленных читателей (упрощение, сокращение), но и происходит обогащение переводного текста элементами этого стиля, в рамках которого он реализуется [Пластинина 2016: 50-61].

С переводческой точки зрения относительная автономия названия фильма даёт возможность рассматривать его как единицу перевода. Не рассматривая подробно мнения отдельных учёных относительно сути и характера последней, не будем доходить и до крайностей основоположников культуруориентированного направления в переводоведении С. Баснетт и А. Лефевра, постулирующих существование операциональной единицы перевода, в качестве которой выступает культура: [Кокунова 2013: 115]. Переводовед М. Балляр, рассматривает единицу перевода как фундаментальное понятие для понимания и анализа, с необходимостью охватывающее весь процесс перевода и несущее в себе след переводческой работы [Балляр 2009: 120-131].

Для того, чтобы провести сопоставительный анализ вариантов перевода английских фильмонимов, и определить соотношение частотности использования разных стратегий перевода фильмонимов, за основу были взяты названия англоязычных фильмов и их перевод на русский язык. Стоит отметить, что переводческие трансформации объединяются в более крупные блоки – переводческие стратегии. Итак, для анализа переведённых названий фильмов мы взяли несколько основных стратегий и способов перевода (по Е.Ж. Бальжинимаевой): прямой перевод (калькирование, транслитерация и транскрибирование), трансформация путём опущения или добавления (грамматические и лексические добавления и опущения), лексико-грамматическая трансформация (перестановка, описательный перевод, синонимическая замена, модуляция, генерализация и конкретизация).

Для выбора заголовков фильмов был выбран веб-сайт BBCfilms, в котором представлен огромный список фильмов в алфавитном порядке [Электронный ресурс: <https://www.bbc.co.uk/bbcfilms/catalogue/>]. Далее стоит рассмотреть примеры к каждой из стратегий и выделить особенности каждой из них.

1) Сперва стоит рассмотреть варианты прямого (дословного) перевода.

«*A United Kingdom*» данный заголовок имеет следующий перевод – «Соединённое королевство», «*The Aftermath*» – «Последствия», «*Happy New Year, Colin Burstead*» – «С Новым годом, Колин Бёстед» (название характеризуется наличием прямого перевода и транскрибирования, поскольку включает обращение), история о последних днях жизни Оскара Уайльда – «*The Happy Prince*» – «Счастливый принц» и другие: «*I, Daniel Blake*» – «Я, Дэниел Блэйк», «*My Scientology Movie*» – «Мой саентологический фильм», «*My Summer Of Love*» – «Моё лето любви», «*Red Dust*» – «Красная пыль», «*Scoop*» – «Сенсація».

2) Особенности перевода заголовков с опущением и генерализацией (применение стратегий: опущения, добавления и лексико-грамматической)

«*Absolutely Fabulous: The Movie*» – «Просто потрясающе», «*On Chesil beach*» – «На берегу смотреть» (автор перевода решил прибегнуть к приёму генерализации, поскольку слово «chesil» не несёт в себе релевантной информации для носителя русской культуры и зритель не поймет о чем речь), «*The Three Burials of Melquiades Estrada*» переводчик перевел на русский язык типом переводческой стратегии путём опущения или добавления – опущения, как «Три могилы», чтобы название фильма не было слишком длинным, «*Gone Girl*» – «Исчезнувшая» (здесь мы наблюдаем, что переводчик опустил английское существительное «girl», поскольку причастие указывает на то, что речь будет идти о женщине).

3) Особенности перевода заголовков при помощи способа добавления (трансформация путём опущения и добавления). Данный способ является противоположным способу опущения, который также широко используется. Добавления применяют, в основном, когда необходимо уточнить смысл содержания фильма; кроме того, такой приём позволяет привлечь больше зрителей: «*The Mother*» – «История матери», «*Little Nicky*» – «Никки, дьявол-младший», «*Fun with Dick and Jane*» – «Аферисты: Дик и Джейн»

развлекаются», «*Titus*» – «*Тит – правитель Рима*», «*Vacancy*» – «*Вакансия на жертву*».

4) Особенности перевода заголовков с модуляцией (стратегия – лексико-грамматическая трансформация).

«*Africa United*» – «*Большие приключения в Африке*», «*Grace Jones: Bloodlight and Vami*» – «*Грейс Джонс: Хлеб и зрелища*» (данный заголовок был отнесен в две категории (случай комбинированного перевода): перевод с помощью модуляции и транскрибирования (стратегия прямого/дословного перевода), поскольку данный заголовок состоит из двух частей), фильм, снятый по одноимённой пьесе Алана Баннетта «*The History Boys*» – «*Любители истории*», «*The edge of love*» – «*Запретная любовь*», «*The fall*» – «*Запределье*».

4) Перевод с помощью транскрибирования (стратегия прямого/дословного перевода).

«*Jack Reacher*» – «*Джек Ричер*», «*Happy New Year, Colin Burstead*» – «*С Новым годом, Колин Бёрстед*», «*Я, Дэниел Блэйк*»,

5) Перевод способом транслитерации (стратегия прямого/дословного перевода).

«*Morvern Callar*» – «*Морверн Каллар*».

б) Особенности перевода способом конкретизации (стратегия – лексико-грамматическая трансформация).

«*Fantastic Beasts and Where to Find Them*» – «*Фантастические твари и где они обитают*»; «*The Best Legal Mind*» – «*Лучший адвокат*» (в данном примере автор перевода решил сузить значение, чтобы зацепить внимание зрителя).

Проведённый анализ переводческих трансформаций и различных вариантов заголовков, показывает, что переводчики всё чаще вынуждены прибегать к помощи трансформаций названий. Это могут быть способы добавления, опущения, а также разного рода замены.

В данной работе была отмечена тенденция перевода заголовков с именами главных героев способом транслитерации или транскрибирования

(стратегия прямого/дословного перевода), что зачастую упрощает работу переводчика, выбор падает на предпочтение самого переводчика.

Также отмечено, что при переводе однофазовых заголовков, автор обычно не усложняет себе работу, а переводит их эквивалентным или прямым переводом. Также многие учёные отмечают тот факт, что переводчик может переводить заголовок антонимическим переводом.

Очень часто многосложные названия переводятся с помощью модуляции или смыслового развития, что объясняется особенностями реалий и культуры другой нации.

Прямой или дословный перевод считается наиболее точным и адекватным и регулярно используется в случае, если фильмоним состоит из имени собственного или включает его в свой состав.

В данной работе было проанализировано 104 заголовка фильмов и выявлено 66 случаев использования переводческой стратегии прямой (дословный) перевод.

Благодаря данной стратегии можно точнее сохранить порядок слов, языковые формы и смысл оригинального текста. Однако, нельзя не признать, что при дословном переводе слова переводятся только в широком значении, контекст не принимается во внимание и синтаксические нормы русского языка часто нарушаются [Рецкер 2007: 244]. Он также помогает выразить своеобразие аутентичного текста, его дух, настроение и особенности стиля и, в этом заключается одно из его достоинств. Всё это обеспечивает максимально точную передачу информации на язык перевода, тем более, что английский и русский языки относятся к семейству индоевропейских языков и восемь частей речи имеют аналоги в обоих языках [Дмитриева 2015].

Таблица 1. Переводческая трансформация: дословный / прямой перевод.

Bright Star	Яркая звезда	дословный перевод
Bullet Boy	Крутой парень	дословный

		перевод
Captain Phillips	Капитан Филлипс	дословный перевод
Cloud atlas	Облачный атлас	дословный перевод
Code 46	Код 46	дословный перевод
Coriolanus	Кориолан	дословный перевод
Django Unchained	Джанго освобождённый	дословный перевод

Анализируя данные примеры, можно отметить, что стратегией прямого перевода переводятся названия фильмов, состоящие из одного слова и в форме словосочетания. Различия оригинального и переводного фильмонимов касаются морфологических и/или синтаксических особенностей языковых систем, но значительной лексико-грамматической и семантической трансформации при таком переводе не происходит. В некоторых случаях переводное название точнее оригинального благодаря грамматическим возможностям языка. Например, при переводе названий фильмов «*Django Unchained*», «*Prisoners*» на русский язык благодаря особенностям словообразования на языке перевода существительные получают значение мужского и женского рода соответственно «*Джанго освобождённый*», «*Пленницы*».

Отметим, что прямому переводу чаще подвергаются фильмонимы, содержащие прецедентный феномен, в том числе названия книг, по которым снят фильм и которые переведены на русский и испанский языки до выхода их экранизаций. Например, «*Jane Eyre*» – «*Джейн Эйр*».

Кроме того, в данной работе можно встретить использование ряда переводческих трансформаций и замен: опущение, добавление, генерализация, конкретизация, модуляция, замена части речи, эквивалентный перевод.

Перевод фильмонимов при помощи стратегии лексико-грамматической трансформации, а именно её вида, такого как модуляция – встретился 17 раз [см. Приложение].

Таблица 2. Лексико-грамматическая трансформация: модуляция.

A little chaos	Версальский роман	модуляция
About time	Бойфренд из будущего	модуляция
Africa United	Большие приключения в Африке	модуляция
Blue Story	Грустная история	модуляция
Brideshead Revisited	Возвращение в Брайдсхед	модуляция
Here comes the boom	Толстяк на ринге	модуляция
Hideous Kinky	Экспресс в Марракеш	модуляция
In Fabric	Маленькое красное платье	модуляция
Lawless	Самый пьяный округ в мире	модуляция
Perfect Sense	Последняя любовь на Земле	модуляция
Silver lining playbook	Мой парень — псих	модуляция
The edge of love	Запретная	модуляция

	любовь	
The fall	Запределье	модуляция

При модуляции – логическом развитии – семантическая структура претерпевает наибольшие изменения и может получать все или почти все новые компоненты: «новая статья – последний успех» (замена всех основных семантических компонентов), «ответственный – руководитель» (замена большинства компонентов). Логическое развитие наиболее сложный приём, требующий определенного мастерства от переводчика. Его суть в замене понятия другим, не только, если эти понятия связаны друг с другом как причина и следствие, но и как часть и целое, орудие и деятель и т.п. [Кулёмина 2007: 143].

Таблица 3. Переводческая стратегия – трансформация путём опущения или добавления. Способ добавления.

The White Crow	Нуреев. Белый ворон	добавление
An Education	Воспитание чувств	добавление
Lilting	Ритмично напевая	добавление
Little Nicky	Никки, дьявол- младший	добавление

Данный способ добавления в рамках синтаксической трансформации часто используется для обеспечения кинозрителя информацией о содержании и жанре кинофильма, особенно он распространен при переводе фильмонимов, представляющих собой имя собственное (имя персонажа или какое-либо название).

Таблица 4. Переводческая стратегия – лексико-грамматическая трансформация. Способ: генерализация.

Gone Girl	Исчезнувшая	генерализация
-----------	-------------	---------------

Prison Break	Побег	генерализация
--------------	-------	---------------

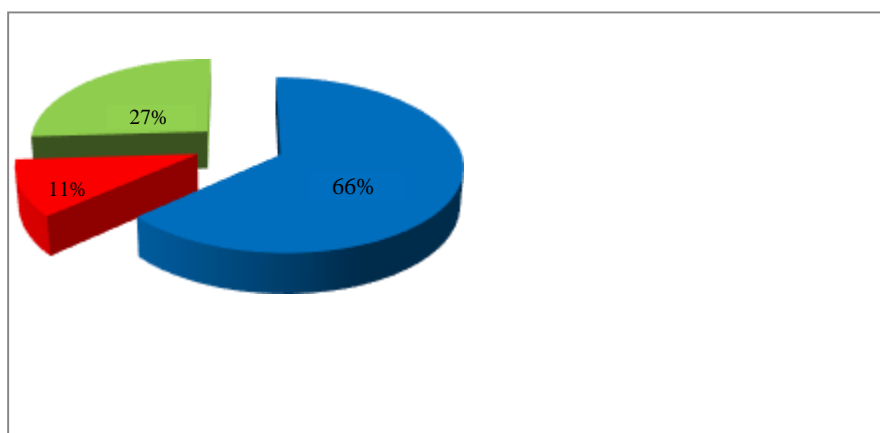
Данный способ, применяется в тех случаях, когда переводчик приходит к решению отказаться от передачи семантически избыточных слов [Середа 2018: 24-33].

Также, стоит отметить, что незначительную часть переводческой стратегии прямого перевода составили такие способы, как транслитерация и транскрибирование.

Таблица 5. Применение трансформации: Прямой (дословный) перевод.

Jack Reacher	Джек Ричер	транскрибирование
Kon-Tiki	Кон-тики	транслитерация

Диаграмма № 1 «Соотношение частотности использования разных стратегий по способу перевода при переводе англоязычных фильмонимов на русский язык»



Обозначения:

Стратегия прямого (дословного) перевода ■

Стратегия лексико-грамматической трансформации ■

Стратегия опущения или добавления ■

При соотношении частотности использования данных стратегий перевода фильмонимов по способу перевода из всех рассмотренных примеров [см. Приложение], было выяснено, что чаще всего используется стратегия прямого/дословного перевода – 66% (т.к. из 104 заголовков фильмов было

выявлено 66 случаев использования данной переводческой стратегии), а лексико-грамматическая стратегия и стратегия опущения и добавления – 27% и 11% соответственно.

Таким образом, можно отметить, что при переводе кинофильмов переводчик чаще всего прибегает к прямому / дословному переводу и лексико-грамматической трансформации.

Стоит отметить, что проведённый анализ перевода названий фильмов в данной исследовательской работе показывает: что на выбор определённой стратегии перевода влияет ряд причин. Таким образом, при выборе переводческой стратегии определяющим условием становится наличие или отсутствие культурологического компонента. Благодаря следующим двум стратегиям: остранению и натурализации, мы можем узнать лингвистические и культурные отличия оригинала.

Стратегия лингвокультурной адаптации реализуется за счёт выбора переводчиком одной из стратегий перевода – прямого/дословного перевода (остранение/форенизация) или смыслового перевода (натурализация/доместикация).

Примеры использования данных стратегий:

1) использование стратегии остранения: «Kiss of Life» – «Поцелуй жизни», «Made In Dagenham» – «Сделано в Дагенхэме», 2) использование стратегии натурализации: «Prison Break» – «Побег», «Marley» – «Боб Марли»

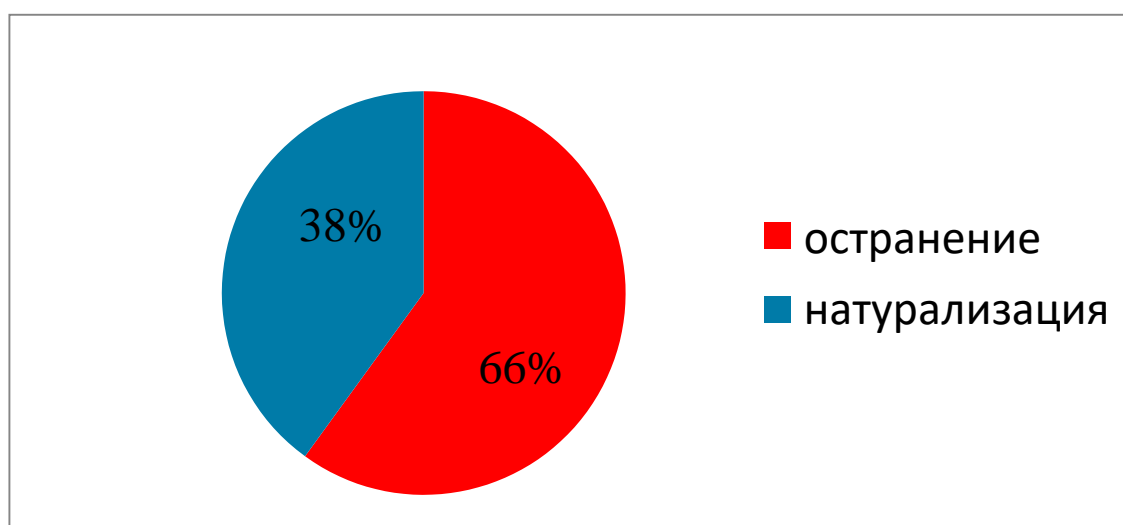
Рассмотрев данные примеры и остальные примеры дипломной работы, можно выделить следующее:

При натурализации, оригинал зачастую сокращается, акцент делается на культурных ценностях языка перевода, происходит сближение автора со зрителем, при остранении – акцент делается на сохранении иностранных языковых и культурных ценностей, при этом зритель приближается к автору. В широком смысле, натурализация предполагает лёгкий для понимания стиль, благодаря которому иностранные названия фильмов предстают перед зрителем менее странным, при остранении перевод названия фильма нарушает

некоторые общепринятые нормы языка перевода, сохраняя черты названия оригинала.

Выбирая из этих двух стратегий, переводчик либо создаёт легко воспроизводимое название, которое воспринимается как созданное в рамках принимающей культуры, или же сохраняет «чуждость» оригинала, путём отклонения от лингвистических норм языка перевода.

Диаграмма №2 «Соотношение частоты использования стратегий адаптации: остранения и натурализации при переводе англоязычных фильмонимов на русский язык»



При рассмотрении стратегий и способов перевода на основе примеров из исследовательской работы [см. Приложение], выяснили, что чаще употребим дословный перевод (66% от 104 примеров), а значит чаще употребляется стратегия остранения (66% соответственно); следовательно, стратегия натурализации составляет 38%. По данным нашего исследования при переводе рассмотренных нами фильмонимов, мы выяснили, что вполне уместен отчуждающий перевод, так как благодаря применению данной стратегии при переводе фильмонимов, мы–зрители легче распознаём идею фильма и жанр.

3.1.2 Оценка адекватности перевода фильмонимов с английского языка на русский язык

Н.К. Гарбовский считает, что «категория адекватности является главным образом характеристикой не степени соответствия текста перевода тексту оригинала, а степени его соответствия ожиданиям участников коммуникации.

Ю.В. Ванников выделяет семантико-стилистическую адекватность, которая определяется «через оценку семантической и стилистической эквивалентности языковых единиц, составляющих текст перевода и текст оригинала», и функционально-прагматическую, которая «выводится из оценки соотношения текста перевода с коммуникативной интенцией отправителя сообщения, реализованной в тексте оригинала».

Адекватность представляет собой некий компромисс, на который идет переводчик, жертвуя эквивалентностью для решения главной задачи. Иными словами, адекватность имеет скорее оптимальный характер, а не максимальный, то есть «перевод должен оптимально соответствовать определённым условиям и задачам» [Вяткин 2019].

Классическое определение адекватного перевода заключается в том, что адекватным считается семантически и прагматически эквивалентный перевод. Понятие художественной адекватности должно включать в себя и адекватность соотношений между оригиналом и поэтической традицией его языка и переводом, и традицией языка на выходе. Таким образом, адекватный перевод шире эквивалентного [Ванников 1988: 34-39].

Рассмотрим фильм «Side Effects» – «Побочный эффект». Словосочетание «side effects» («побочная реакция», «побочный эффект», «косвенное воздействие») переведена в данном случае буквально, что вполне оправдано, поскольку предыдущее название фильма: «His Bitter Pill» – «Горькая пилюля» не в полной мере передает смысл данной картины. В свою очередь словосочетание «побочный эффект», используемое в названии, таким образом получает еще один смысл, остроумно заложенный Содербергом, – происходящее в фильме и есть побочный эффект такого социально-экономического устройства, где каждый сам за себя и стоит однажды оступиться, рискуешь лишиться всего и вдобавок стать невротиком.

Свидетельством неадекватного перевода может выступать следующее название. Название картины «Perfect Sense» в переводе «Последняя любовь на Земле» было подвержено полному переосмыслению (дословный перевод: «идеальный смысл», «идеальное чувство»). Оригинальный вариант перевода «Идеальное чувство» более адекватно в силу того, что данная картина несёт в себе более глубокий смысл. По мере развития фильма герои теряют способности чувствовать: теряют зрение, слух и т.д. Вариант перевода на русский наводит зрителя на мысль, что фильм относится к повсеместному жанру мелодрамы с сюжетной линией любви. Однако в фильме поднимаются такие важные вопросы, как смысл жизни, вопрос материального и духовного.

Рассмотрим ещё один вариант неадекватности перевода названия кинофильма. Название «*The edge of love*» – «*Запретная любовь*» (в оригинале «*Край любви*» или «*Грань любви*»). Словосочетание «Грань любви» кажется куда как более удачным названием для того действия, что происходит на экране. В данной картине поднимаются вопросы сложных межличностных отношений четырех людей. Перевод названия не отражает всей тематики данного фильма, а показывает лишь сторону любви.

Таким образом, можно отметить, что неадекватность перевода названий кинофильмов может сбить с толку большую часть зрителей из-за отнесения фильма к несоответствующему жанру.

3.2 Рекомендации по выбору переводческих стратегий при переводе названий англоязычных фильмов

3.2.1 Сложные случаи перевода фильмонимов

В ходе проведенного исследования, нами были разработаны рекомендации по выбору стратегий перевода названий англоязычных фильмов.

Для начала рассмотрим перевод названий кинофильмов с именами собственными. В работе встречаются следующие варианты: «*Alan Partridge: Alpha Papa*», «*Fun with Dick and Jane*», «*Grace Jones: Bloodlight and Bami*»,

«*Happy New Year, Colin Burstead*», «*I, Daniel Blake*», «*Jane Eyre*», «*Just Jim*», «*Life of Pi*», «*Marley*», «*Morvern Callar*», «*Noah*», «*Project Nim*», «*The great Gatsby*», «*Titus*».

При переводе имён собственных необходимо использовать способы транскрибирования или транслитерации (стратегия прямого перевода), поскольку зачастую в русском языке не существует эквивалентов, например, «*Jane Eyre*» – «Джейн Эйр» (транскрибирование), «*Morvern Callar*» – «Морверн Каллар» (транслитерация).

Кроме того, можно использовать прямой перевод, если имеется эквивалент в русском языке, либо эквивалента не существует и данное имя собственное не относится к реалиям английского языка («*Alan Partridge: Alpha Papa*» – «Алан Партридж: альфа-отец», «*The great Gatsby*» – «Великий Гэтсби»).

Если же на языке перевода не существует соответствующего эквивалента, однако имя собственное является реалией в английском языке, следует использовать стратегию путём добавления, либо применить полную лексико-семантическую замену.

Поскольку заголовок является коммуникативной единицей, сообщающей зрителю или читателю краткое содержание материала, он должен быть понятен носителю языка. Поэтому заголовки могут переводиться с использованием добавления или конкретизации. В нашем тексте встретились следующие варианты: «*Titus*» – «Тит – правитель Рима», «*Little Nicky*». Если переводить данные заголовки самостоятельной единицей («Титус» и «Малыш Ники»), то вполне вероятно, что зритель или читатель (прочтение описания к кинофильму в киносводке), не сможет определить целевую аудиторию данного фильма и жанр.

Таким образом, перевод названий художественных фильмов, содержащих имя собственное, представляет разнообразные тактики перевода, ориентированные на прагматическую и национально-культурную

наполненность имени в языке-источнике, по-разному решаемые в русском языке и, к примеру, в латышском языке [Милевич 2012: 29-32].

Далее рассмотрим особенности перевода фильмонимов, с грамматическими конструкциями:

В случае отсутствия соответствующей грамматической конструкции на языке перевода следует использовать стратегию лексико-грамматической трансформации (замена числа, замена части речи, метод перестановки): «*The wolf of Wall Street*» – «Волк с Уолл-стрит», «*The book thief*» – «Воровка книг».

Если же в русском языке присутствует соответствующий аналог, необходимо использовать калькированный перевод: «*Made In Dagenham*» – «Сделано в Дагенхэме».

Особенностью английского языка является наличие в нём субстантивированных прилагательных, которые можно передавать при помощи стратегии прямого перевода (причастием соответственно): «*Tormented*» – «Истерзанный».

Перевести на иностранный язык русскую игру слов практически невозможно, однако и в других странах существуют устойчивые выражения, смысл которых донести до не владеющего языком человека крайне трудно. Российским переводчикам западных фильмов порой приходится приложить много усилий, чтобы точно передать мысль авторов на русском языке или достаточно привлекательно «переосмыслить» фильмоним.

Рассмотрим сложный вариант названия кинофильма «*A little chaos*» – «Версальский роман».

1. Словарь МультиТран дает следующие варианты перевода данных слов [Электронный ресурс: <https://www.multitran.com/>]:

Little: малый, короткий, небольшой, мелочный, низкий, младший, недалекий и др.

Chaos: хаос, полный беспорядок, разгром, развал, беспредел, смута, неустройство, бардак, непорядок и др.

Данный фильм имеет также название *«Небольшой хаос»*, однако в прокате он получил «дамское» название *«Версальский роман»*.

Перевод адекватен и логичен, поскольку он имеет непосредственную связь с сюжетом фильма и полностью соответствует драматическому жанру. Кроме того, предложенный вариант используется для того, чтобы привлечь потенциальную аудиторию для данного жанра. Напомним, что *«Версальский роман»* британская костюмированная историческая драма 2014 года, повествующая об эпохе правления во Франции Людовика XIV. Главное действие разворачивается вокруг главного сада версальского дворца.

«About time» – *«Бойфренд из будущего»*.

В словаре Мультитран даются следующие определения лексических единиц about/time.

About: кругом, почти, около, вокруг, о, этак, обратно, повсюду, при, близ, какой-нибудь и др.

Time: рабочее время, так, срок, перерыв, период, темп, скорость, эра, эпоха и др.

Прямой перевод словосочетания *«about time»* – «о времени, вокруг времени» не несёт в себе смысловой нагрузки. Перевод идиомы *«about time»* на русский – давно пора, не прошло и полгода, самое время, в конце концов. Зрителю весьма трудно определить жанр и тематику данного фильма, в связи, с чем переводчику приходится прибегать к использованию лексико-грамматической трансформации. Переводчик сохранил отсылку на время при переводе на русский язык (из будущего) и конкретизировал название, добавив существительное «бойфренд». Переводчик полностью справился с задачей передать суть фильма, как можно лучше и предложил интригующее название.

«Usual Suspects» – *«Подозрительные лица»*.

Словарь Мультитран даёт следующие варианты перевода.

Usual: обычный, обыкновенный, привыкший, приученный, знакомый, привычный, традиционный, очередной, стандартный.

Suspect(s): подозрительный человек, подозреваемый, сомнительное лицо.

Получаются следующие версии русского перевода: обыкновенные подозрительные люди, обычные подозреваемые, привыкшие сомнительные лица, стандартные подозреваемые, приученные подозрительные люди, знакомые подозреваемые, очередные подозрительные люди, привычные сомнительные лица, традиционные сомнительные лица.

Сложность перевода данного названия заключается в том, что в официальном варианте перевода лексическая единица «usual» опущена, чтобы сделать название короче и более легким для понимания. Такой вариант перевода возможен, когда опущенное слово не изменяет значение перевода. Переводчик прибег к переводческой стратегии путём опущения при переводе с английского на русский, частично трансформировав фильмоним.

Таким образом, перевести на иностранный язык русскую игру слов практически невозможно, однако и в других странах существуют устойчивые выражения, смысл которых донести до не владеющего языком человека крайне трудно. Российским переводчикам западных фильмов порой приходится приложить много усилий, чтобы точно передать мысль авторов на русском языке или достаточно привлекательно «переосмыслить» фильмоним.

Исходя из вышесказанного и рассмотренных примеров, можно дать следующие рекомендации по выбору стратегий в переводе фильмонимов:

1. Глубоко познавать целевую культуру;
2. Знать национальные традиции культур исходного и переводящего языков, которые оказывают влияние на выбор названий фильмов;
3. Использовать разнообразные источники, объясняющие исторический, общекультурный, географический и иной бэкграунд с целью понимания глубинных и неявных смыслов в названии фильма;
4. При переводе необходимо не только сохранять первоизданную длину заголовка, передавать общее содержание фильма и смысл названия – лучше всего это получается сделать, используя при переводе стратегию прямого перевода (данная рекомендация основывается на данных примерах)

проведённого исследования). Нужно также уметь заинтриговать потенциального зрителя, привлечь его внимание к продукту;

5. Важно сохранить информативную функцию фильмонимов, чтобы зрителю была понятна основная идея, выраженная в названии картины;

6. Название должно отражать содержание и художественный замысел фильма: «важно не только не допустить коммуникативного сбоя, но и учесть задачи создателей кинофильма, в том числе коммерческие»;

7. Необходимо знать и уметь применять основные переводческие стратегии и способы при переводе фильмонимов, так как данные знания и умения влияют на успех и правильность перевода названий кинолент.

3.2.2 Анализ неудачных примеров перевода фильмонимов

«*Norfolk*» – «*Норфолк*».

Переводчик использовал стратеги прямого перевода. Оригинальное название фильма «*Norfolk*» (прим. перевод «Внедрение»). В соответствии со словарем *Norfolk* – это г. Норфолк (США, Англия). Здесь возникает множество вопросов: какая тематика фильма, о чём будет сюжет, какие временные рамки данного фильма. В данном случае важно конкретизировать название. Иначе не понятно, Норфолк – это название города или имя человека.

«*World War Z*» – «*Война миров Z*».

Использован прямой перевод заголовка с методом перестановки: «*World War Z*» будет следующим «*Мировая война Z*». В данном случае *Z* – это зомби. Данное название вполне обосновано и понятно для зрителя. Однако работники киноиндустрии решили усложнить себе задачу и притянули сюда Герберта Уэллса с его «*Войной миров*» и применили лексико-грамматическую трансформацию данного заголовка. Поскольку ни одного пришельца из космоса в фильме не замечено, то логика немного порушилась. Но когда их это останавливало?

«*Координаты «Скайфолл»*»

Оригинальное название фильма «Skyfall», что добавляет особой загадочности. Потенциальному зрителю не понятно, что это: код, новое оружие или название миссии. Однако переводчик использовал переводческую стратегию – лексико-грамматическую трансформацию, способ конкретизации, сделав название фильма более конкретным, что раскрыло основную загадку в сюжете фильма.

«American History X» – «Американская история Икс».

При переводе использована стратегия прямого перевода. Тут редкий пример, когда русский перевод принёс в название многозначность, которой нет в оригинале.

В случае, если подразумевается история как байка или рассказ, то тогда в английском языке используется слово «tale» или «story». А вот слово «history» всегда используется в значении истории как науки, изучающей прошлое.

Поэтому «american history» – это история Америки.

Буква X, добавленная к названию, одновременно означает и неизвестное (по аналогии с X-Files), так и является намеком на свастику (присутствующую в виде татуировки у главного героя), как символа неонацизма.

«Internship» – «Кадры».

Использована лексико-грамматическая стратегия. Данное название фильма в оригинале «Internship», означает стажировку в компании. Но при просмотре кинокартина, мы-зрители убеждаемся, что перевод названия не соответствует сюжету фильма: смысл фильма заключается в том, как двум парням из стажёров превратиться в реальных работников Google. Так что русское название, скорее, вводит в заблуждение словом «кадры», которое имеет ещё кучу значений, кроме ещё-не-сотрудников компании, про которых и снят фильм.

Проанализировав неудачные примеры перевода англоязычных фильмонимов на русский язык, выяснилось, что не всегда переводчик правильно использует стратегии перевода; из рассмотренных выше примеров, можно сделать вывод, что стратегия прямого перевода (наиболее

употребляемая стратегия при переводе англоязычных фильмонимов на рассмотрении примеров данной исследовательской работы) может быть неудачно использована, так как встречаются случаи, когда зритель замечает, что название фильма и его сюжет не совпадают. Таким образом, переводчик должен обладать знаниями употребления той или иной стратегии, также он должен ориентироваться на информативную функцию фильмонимов, чтобы зрителю была понятна основная идея, выраженная в названии картины.

Выводы по главе 3

Специфические особенности перевода заголовков обуславливаются в основном тремя факторами. Во-первых, основное назначение заголовка в кинофильме заключается в том, чтобы заинтересовать зрителя, привлечь его внимание к выходящей на экраны картине. Во-вторых, заголовок призван в краткой форме изложить содержание фильма и выделить наиболее важные факты. В-третьих, заголовок должен убедить читателя, внушить ему основную идею кинофильма до начала просмотра.

Для анализа переведённых названий фильмов мы взяли несколько основных стратегий и способов перевода (по Е.Ж. Бальжинимасовой): прямой перевод (калькирование, транслитерация и транскрибирование), трансформация путём опущения или добавления (грамматические и лексические добавления и опущения), лексико-грамматическая трансформация (перестановка, описательный перевод, синонимическая замена, модуляция, генерализация и конкретизация). Для выбора заголовков фильмов был выбран веб-сайт BBCfilms, в котором представлен огромный список фильмов в алфавитном порядке.

Было выявлено, что при переводе кинофильмов переводчик чаще всего прибегает к прямому / дословному переводу и методу модуляции. В работе 66 варианта (т.е. 66% от общего количества рассмотренных при анализе переводов англоязычных фильмонимов на практике) были переведены стратегией прямого

перевода и 27 вариантов (что составляет 27% от общего количества примеров перевода фильмонимов в практической части работы) стратегией лексико-грамматической трансформации, и всего 11% фильмонимов переведены на русский язык при помощи стратегии опущения и добавления.

Также, стало известно, что стратегия лингвокультурной адаптации реализуется за счёт выбора переводчиком одной из стратегий перевода – прямого/дословного перевода (остранение) или смыслового перевода (натурализация). На основе наших примеров, выяснилось, что стратегию остранения при переводе англоязычных фильмонимов используют чаще, так как 66% от общего количества рассмотренных при анализе переводов англоязычных фильмонимов на практике – были переведены стратегией прямого перевода, – а это, с свою очередь означает, что стратегия остранения использовалась на 66% соответственно. Остальную процентную составляющую из 104 приведённых примеров (104%) перевода фильмонимов составляет стратегия натурализации – 38%.

Итак, рассмотрев несколько примеров перевода фильмонимов из англоязычных фильмов, мы убеждаемся, что зачастую перевод не является полностью адекватным, но это не мешает ему соответствовать условиям и задачам, лежащим в основе сюжета фильма.

Анализ переводческих трансформаций в названиях фильмов показывает, что на выбор определённой стратегии перевода влияет ряд причин. Можно сделать вывод, что при выборе переводческой стратегии определяющим условием становится наличие или отсутствие культурологического компонента.

Даны рекомендации по выбору переводческих стратегий при переводе названий англоязычных фильмов, рассмотрены сложные случаи перевода фильмонимов и проведён анализ неудачных примеров перевода. Было выяснено, что чаще используется стратегия прямого перевода и стратегия остранения, и то, что переводчику при переводе названия киноленты необходимо знать сюжет фильма, не пренебрегать стратегиями, которые чаще встречаются при переводе англоязычных фильмонимов, а всё-таки уметь

находить индивидуальный подход и применять ту стратегию, которая будет отображать общее содержание фильма и смысл его названия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вне всяких сомнений, заголовок фильма должен состоять в тесной связи с содержанием киноленты. Название определяет главный предмет фильма, становится точкой отсчёта всего происходящего на экране. Несоответствие названия сюжету кинофильма может показаться странным, в таких случаях у зрительской аудитории может появиться озадаченность после просмотра:

«Возможно, я что-то упустил, если название фильма кажется мне непонятным?..» Именно по этой причине переводчик должен быть максимально осторожен и внимателен при выполнении своей работы. Он должен владеть всеми доступными техниками, уметь применять известные методологии перевода и призывать на помощь своё воображение для передачи смысла заголовка кинофильма настолько точно, насколько это возможно.

В первой главе была введена теория об основных стратегиях перевода англоязычных фильмонимов. Выяснилось, что, правильно применяя стратегии перевода, переводчик может сохранить лингвистические и культурные отличия оригинального текста, также попытаться сделать его более доступным и понятным в принимающей культуре.

Во второй главе была введена некоторая теория о специфике фильмонимов, были представлены особенности и классификация фильмонимов, были рассмотрены их функции.

В данной работе было проанализировано 104 заголовка фильмов. Благодаря теоретической базе перевода англоязычных фильмонимов, в третьей главе был проведён сопоставительный анализ вариантов перевода английских фильмонимов, анализ частотности использования переводческих стратегий при переводе англоязычных фильмонимов на русский язык, даны рекомендации по выбору переводческих стратегий при переводе названий англоязычных фильмов.

При соотношении частотности использования данных стратегий перевода фильмонимов, было выяснено, что чаще всего используется стратегия

прямого/дословного перевода – 66% (т.к. из 104 заголовков фильмов было выявлено 66 случаев использования данной переводческой стратегии), а лексико-грамматическая стратегия и стратегия опущения и добавления – 27% и 11% соответственно.

При рассмотрении стратегий и способов перевода на основе примеров из исследовательской работы, было выяснено, что чаще употребим дословный перевод (составляющий 66%), а значит чаще употребляется стратегия остранения, что составляет 66% соответственно от общего количества (от 104 примеров, рассмотренных в работе); также, по данным настоящего исследования выяснилось, что при переводе рассмотренных фильмонимов – вполне уместен отчуждающий перевод, так как благодаря применению данной стратегии при переводе фильмонимов, мы–зрители легче распознаём идёю фильма и жанр.

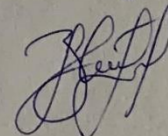
На основе этого, можно сделать вывод о том, что прямой или дословный перевод считается наиболее точным и адекватным и регулярно используется, так как имеет непосредственную связь с сюжетом фильма и полностью соответствует жанру фильма. В свою очередь выбор стратегии перевода названий фильмов в пользу натурализации или остранения зависит не только от культурных особенностей зрителей, которые владеют языком перевода, но и от жанра и цели фильма, и степени осведомлённости зрителей.

Таким образом, на выбор определённой стратегии перевода влияет ряд причин. Определяющим условием становится невозможность передачи прагматического смысла исходного текста в виду наличия или отсутствия «фоновых знаний» культурологического контекста у зарубежных зрителей, но также нередко встречаются случаи, когда российские кинодистрибьюторы пытаются максимально передать смысл фильма в его названии, намеренно искажая его, для того чтобы картина получилась более успешной в прокате.

Цель исследования — выявить особенности английских фильмонимов и разработать рекомендации для переводчиков по выбору переводческой стратегии при переводе названий фильмов – была достигнута. Материалы

данного исследования могут быть применены в прикладной сфере для достижения качественного перевода названий кинолент.

Я подтверждаю, что настоящая работа написана лично мной и не нарушает интеллектуальные права третьих лиц.



СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Список библиографии

1. Акямсова Ю.А. Фильмонимы как объект ономастического исследования [Текст]: научная статья / Ю.А. Акямсова. – Пенза: Изд-во Пензенского гос. ун-та, 2018. – С. 26-29.
2. Александрова О.И., Николаева У.А. Стратегии перевода современных англоязычных фильмонимов на русский и испанский языки [Текст]: научная статья / О.И. Александрова, У.А. Николаева. – М.: Изд-во РУДН, 2016. – С. 113-122.
3. Анисимов В.Е., Борисова А.С., Консон Г.Р. Лингвокультурная локализация кинозаголовков [Текст]: научная статья / В.Е. Анисимов, А.С. Борисова, Г.Р. Консон. – М.: Изд-во РУДН, 2019. – С. 435-459.
4. Антропова А.В. Названия американских, английских и российских кинофильмов: сопоставительная характеристика и проблемы перевода [Текст]: дисс. ... канд. филол. наук / А.В. Антропова. – Екатеринбург: РГБ ОД, 2008. – 217 с.
5. Базарова Л.В., Саляхова Г.И., Яхин М.А. Семантические особенности фильмонимов в английском и русском языках [Текст]: научная статья / Л.В. Базарова, Г.И. Саляхова, М.А. Яхин. – К.: Изд-во «Казанская наука», 2018. – С. 31-34.
6. Балляр М. О пересмотре понятия единицы перевода [Текст]: монография / М. О. Балляр. – Иркутск: Изд-во ИГЛУ, 2009. – С. 120–131.
7. Бальжинимаева Е. Ж. Стратегия перевода названий фильмов [Текст]: научная статья / Е. Ж. Бальжинимаева. – Улан-Удэ: Изд-во Бурятского гос. ун-та, 2009. – С. 32-45.
8. Ванников Ю.В. Проблемы адекватности перевода. Типы адекватности, виды перевода и переводческой деятельности [Текст]: Учеб. пособие для вузов / Ю.В. Ванников // Текст и перевод. – М.: Наука, 1988. – С. 34-39.

9. Витренко А.Г. Перевод и стилистические ресурсы языка [Текст]: научная статья / А.Г. Витренко. – М.: МГЛУ, 2004. – С. 90-106.
10. Войнич И.В. Стратегии лингвокультурной адаптации художественного текста при переводе [Текст]: дисс. ... канд. филол. наук / И.В. Войнич. – Пермь: РГБ ОД, 2010. – 20 с.
11. Воскобойник Г.Д. Тождество и когнитивный диссонанс в переводческой теории и практике [Текст]: научная статья / Г.Д. Воскобойник. – М.: МГЛУ, 2004. – 345 с.
12. Гарбовский Н. К. Теория перевода [Текст]: Учеб. пособие / Н.К. Гарбовский. – М.: Изд-во Московского гос. ун-та, 2007. – 486 с.
13. Иванова С.В., Чанышева З.З. Лингвокультурология: проблемы, поиски, решения [Текст]: монография / С.В. Иванова, З.З. Чанышева. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2010. – 266 с.
14. Исмаилова Т.А. Перевод названий фильмов [Текст]: научная статья / Т.А. Исмаилова. – В.: Вестник ВолГУ, 2017 – 38 с.
15. Ковалёва К. И. Оригинал и перевод: два лица одного текста [Текст]: монография / К. И. Ковалёва. – М.: Всероссийский центр переводов, 2001. – 98 с.
16. Кокунова Ю.В. Актуальные проблемы художественного перевода (на материале работ западных ученых) [Текст]: научная статья / Ю.В. Кокунова // Актуальные вопросы переводоведения и практики перевода: сб. науч. ст. – Н.-Новгород: Изд-во Бюро переводов «Альба», 2013. – Вып. 3. – С. 113–120.
17. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) [Текст]: Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В.Н. Комиссаров. – М.: Высш. шк., 1990. – 287 с.
18. Корнаухова Н.Г. Переводческие стратегии в аспекте манипуляции сознания [Текст]: научная статья / Н.Г. Корнаухова. – Иркутск: Изд-во Вестник ИГЛУ, 2011. – Вып. 15. – С. 90-96.

19. Коротаева Е.В. Перевод названий фильмов [Текст]: научная статья / Е.В. Коротаева. – М.: Вестник Московского государственного открытого университета, 2015. – Вып. 1. – С. 59-61.
20. Крюков А.Н. Теория перевода [Текст]: Учеб. пособие / А.Н. Крюков. – М.: Военный краснознаменный институт, 1989. – 176 с.
21. Кулемина К.В. Основные виды переводческих трансформаций [Текст]: научная статья / К.В. Кулемина. – Астрахань: Изд-во Вестник Астраханского государственного технического университета, 2007. – Вып. 1. – 143 с.
22. Кухаренко В.А. Интерпретация текста [Текст]: Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. № 2103 «Иностр. яз» / В.А. Кухаренко. – 2-е изд., перераб. – М.: Просвещение, 1988. – 74 с.
23. Левый И. Искусство перевода [Текст]: монография / И.Левый. – М.: Сов. писатель, 1974.
24. Лицюнь Л. Структура, семантика и прагматика заглавий художественных произведений [Текст]: дисс. ... канд. филол. наук / Л. Лицюнь. – М.: РГБ ОД, 2004. – 92 с.
25. Лотман М.Ю. Об искусстве [Текст]: монография / М.Ю. Лотман. – СПб.: Искусство – СПб, 2005. – 742 с.
26. Милевич И.Г. О переводе названий художественных фильмов [Текст]: монография / И.Г. Милевич. – Л.: Изд-во Перевод и сопоставительная лингвистика, 2012. – С. 29-32.
27. Надеждина Н.Г., Юдина О.А. Переводческие трансформации и приёмы перевода [Текст]: научная статья / Н.Г. Надеждина, О.А. Юдина. – Нижний Новгород: Изд-во ННГАСУ, 2015. – 4 с.
28. Панкратова С.А. Локализация фильмонимов и дистанционное обучение кинопереводу [Текст]: монография / С.А. Панкратова. – Санкт-Петербург: Изд-во «Современное образование», 2019. – С. 290-292.

29. Петрова Е.Ю. К проблеме несовпадений переводов англоязычных названий фильмов [Текст]: научная статья / Е.Ю. Петрова. – М.: НИУ ВШЭ, 2016. – 17 с.
30. Подымова Ю.Н. Названия фильмов в структурно-семантическом и функционально-прагматическом аспектах [Текст]: дисс. ... канд. филол. наук / Ю.Н. Подымова. – Майкоп: РГБ ОД, 2006. – 56 с.
31. Приходько А.И. Имплицитность как способ скрытого оценивания [Текст]: дисс. ... канд. филол. наук / А.И. Приходько. – Запорожье: РГБ ОД, 2004. – 53с.
32. Разумовская В.А. Переводимость культурной информации и стратегии художественного перевода [Текст]: научная статья / В.А. Разумовская. – Санкт-Петербург: Изд-во Вестник Санкт-Петербургского ун-та, 2016. – 111с.
33. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика [Текст]: монография / Я.И. Рецкер. – М.: Р.Валент, 2007. – 244 с.
34. Рылова В.В., Басыров Ш.Р. Основные переводческие стратегии при передаче фильмонимов [Текст]: научная статья / В.В. Рылова, Ш.Р. Басыров. – Донецк: Изд-во «Донецкие чтения», 2017. – С. 131-132.
35. Середа Е. Стратегии адаптации при переводе фильмонимов с английского языка на русский [Текст]: монография / Е. Середа. – Спб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2018. – С. 24-33.
36. Синев А.Э., Крапивкина О.А. О культурных ценностях языка перевода: доместикация vs форенизация [Текст]: научная статья / А.Э. Синев, О.А. Крапивкина. – Иркутск: Изд-во ИрГТУ, 2014. – Вып. 1. – С.10-15.
37. Сдобников В.В. Адекватность и эквивалентность как критерии оценки качества перевода [Текст]: научная статья / В.В. Сдобников. – Н.Новгород: НГЛУ им. Н.А.Добролюбова, 1997. – С. 109-125.
38. Сдобников В.В. Коммуникативная ситуация как фактор определения стратегии перевода [Текст]: научная статья / В.В. Сдобников. – Н. Новгород: Изд-во Вестник НГЛУ, 2011. – Вып. 14. – С. 114-123.

39. Урсул Т.А., Урсул А.Д. Информация и глобальные процессы: междисциплинарные исследования [Текст]: научная статья / Т.А. Урсул, А.Д. Урсул. – М.: Информация и культура, 2011. – 47 с.

40. Федорина Н.А., Дрюпина А.О. Особенности перевода названий зарубежных фильмов на русский язык [Текст]: научная статья / Н.А. Федорина, А.О. Дрюпина. – Челябинск: Изд-во Челябинского гос. ун-та, 2019. – С. 40-44.

41. Хачатрян Е.Г. Фильмонимы как лингвистическое явление [Текст]: научная работа / Е.Г. Хачатрян. – Брянск: Сборник научных студенческих работ, 2017. – С. 26-30.

42. Чайкисова А.В. Национально-культурная специфика фильмонимов [Текст]: научная работа / А.В. Чайкисова. – Якутск: Изд-во «Успехи современной науки», 2017. – Т. 2. № 2. – С. 158-160.

43. Швейцер А.Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты [Текст]: монография / А.Д. Швейцер. – М.: Наука, 1988. – 215 с.

44. Яшкина Е.А. Особенности локализации англоязычных фильмонимов [Текст]: научная работа / Е.А. Яшкина. – Казань: Изд-во Вестник современных исследований, 2018. – № 11.5 (26). – С. 238-239.

Список лексикографических изданий

45. Лингвистический энциклопедический словарь [Текст] / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 685 с.

46. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. 100000 слов, терминов и выражений [Текст] / С.И. Ожегов. – М.: Изд-во Харвест, 2017. – 694 с.

47. Мюллер В.К. Англо-русский словарь [Текст] / В.К. Мюллер. – М.: Русский язык, 1985. – 842 с.

48. Longman Dictionary of English Idioms [Текст] / Thomas Hill Long. – Harlow and London, 1979.

Список электронных ресурсов

49. Андриенко Т.П. Стратегии перевода в системе переводческой деятельности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vestnikphilology.mgu.od.ua/archive/v9/42.pdf>. – Дата обращения: 06.05.2020.

50. Вяткин, Р.М. Способы актуализации прагматического потенциала фильмонимов при переводе с английского языка на русский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/72851/1/978-5-8295-0636-0_1_45.pdf. – Дата обращения: 07.05.2020.

51. Кинопоиск [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kinopoisk.ru/>. – Дата обращения: 07.05.2020.

52. Мультитран [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.multitrans.com/>. – Дата обращения: 07.05.2020.

53. Петрова О.В. Переводческие стратегии и критерии оценки адекватности перевода. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docplayer.ru/41399552-Perevodcheskie-strategii-i-kriteriiocenki-adekvatnosti-perevoda.html>. – Дата обращения: 06.05.2020.

54. Рикер П. Парадигма перевода. Лекция 1998 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.russ.ru/ist_sovr/sumerki//20001102.html. – Дата обращения: 06.05.2020.

55. BBC films [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bbc.co.uk/bbcfilms/catalogue/>. – Дата обращения: 06.05.2020.



Шумских В.А.

ПРИЛОЖЕНИЕ

«Варианты перевода английских фильмонимов на русский язык»

	Английский оригинал	Русский перевод	Способ перевода
1	I Capture The Castle	Я захватываю замок	дословный перевод
2	Norfolk	Норфолк	дословный перевод
3	The Children Act	Закон о детях	дословный перевод
4	The White Crow	Нурсев. Белый ворон	добавление
5	A little chaos	Версальский роман	модуляция
6	A Room For Romeo Brass	Комната для Ромео Брасса	дословный перевод
7	A Star Is Born	Звезда родилась	дословный перевод
8	A United Kingdom	Соединенное королевство	дословный перевод
9	About time	Бойфренд из будущего	модуляция
10	Absolutely Fabulous: The Movie	Просто потрясающе	опущение и генерализация
11	Africa United	Большие приключения в Африке	модуляция
12	Alan Partridge: Alpha	Алан	дословный перевод

	Para	Партридж: альфа-отец	
13	An Education	Воспитание чувств	добавление
14	Beautiful creatures	Прекрасные создания	дословный перевод
15	Blood	Кровь	дословный перевод
16	Blue Story	Грустная история	модуляция
17	Brideshead Revisited	Возвращение в Брайдсхед	модуляция
18	Bright Star	Яркая звезда	дословный перевод
19	Bullet Boy	Крутой парень	дословный перевод
20	Captain Phillips	Капитан Филлипс	дословный перевод
21	Cloud Atlas	Облачный атлас	дословный перевод
22	Code 46	Код 46	дословный перевод
23	Coriolanus	Кориолан	дословный перевод
24	Django Unchained	Джанго освобожденны й	дословный перевод
25	Fantastic Beasts and Where to Find Them	Фантастически е твари и где они обитают	конкретизация
26	Fun with Dick and Jane	Аферисты: Дик и Джейн развлекаются	замена части речи

			опущение и
27	Gone Girl	Исчезнувшая	генерализация
28	Grace Jones: Bloodlight and Bami	Грейс Джонс: Хлеб и зрелища	Транскрибирование, модуляция
29	Independence Day	День независимости	дословный перевод
30	Happy New Year, Colin Burstead	С Новым годом, Колин Бёстед	дословный перевод
31	Ted	Третий лишний	модуляция
32	Here comes the boom	Толстяк на ринге	модуляция
33	Hideous Kinky	Экспресс в Марракеш	модуляция
34	Hitchcock	Хичкок	дословный перевод
35	I, Daniel Blake	Я, Дэниел Блэйк	дословный перевод
36	In Fabric	Маленькое красное платье	модуляция
37	Is Anybody There?	Есть там кто- нибудь?	дословный перевод
38	Jack Reacher	Джек Ричер	транскрибирование
39	Jane Eyre	Джейн Эйр	дословный перевод
40	Jawbone	Челюсть	дословный перевод
41	Just Jim	Просто Джим	дословный перевод
42	Kicks	Кросы	дословный перевод
43	Kill Your Darlings	Убей своих любимых	дословный перевод
44	Kiss Of Life	Поцелуй жизни	дословный перевод

45	Kon-Tiki	Кон-тики	транслитерация
46	Lawless	Самый пьяный округ в мире	модуляция
47	Life of Pi	Жизнь Пи	дословный перевод
48	Lilting	Ритмично напевая	добавление
49	Lincoln	Линкольн	транслитерация
50	Little Nicky	Никки, дьявол- младший	метод добавления
51	London Road	London Road	дословный перевод
52	Looper	Петля времени	дословный перевод
53	Made In Dagenham	Сделано в Дагенхэме	дословный перевод
54	Marley	Боб Марли	конкретизация
55	Maybe Baby	Все возможно, бэби!	добавление
56	Morvern Callar	Морверн Каллар	транслитерация
57	My Scientology Movie	Мой саентологическ ий фильм	дословный перевод
58	My Summer Of Love	Моё лето любви	дословный перевод
59	Nativity!	Лучшее Рождество!	конкретизация
60	Never Rarely Sometimes Always	Никогда, редко, иногда, всегда	дословный перевод
61	Noah	Ной	дословный перевод
62	Notes On A Scandal	Скандалный	замена части речи,

		дневник	метод перестановки
63	Oranges and Sunshine	Солнце и апельсины	дословный перевод
64	Perfect Sense	Последняя любовь на Земле	модуляция
65	Philomena	Филомена	дословный перевод
66	Prisoners	Пленницы	дословный перевод
67	Project Nim	Проект «Ним»	дословный перевод
68	Quartet	Квартет	дословный перевод
69	Ratcatcher	Крысолов	дословный перевод
70	Red Dust	Красная пыль	дословный перевод
71	Revolutionary Road	Дорога перемен	замена части речи
72	Scoop	Сенсация	дословный перевод
73	Shadow Dancer	Тайный игрок	эквивалентный перевод
74	Side effects	Побочный эффект	эквивалентный перевод
75	Silver lining playbook	Мой парень — псих	модуляция
76	Snow Cake	Снежный пирог	дословный перевод
77	The Aftermath	Последствия	дословный перевод
78	The Best Legal Mind	Лучший адвокат	конкретизация
79	The book thief	Воровка книг	метод перестановки
80	The edge of love	Запретная любовь	модуляция
81	The Fall	Запределье	модуляция

82	The Great Gatsby	Великий Гэтсби	дословный перевод
83	The Happy Prince	Счастливым принц	дословный перевод
84	The History Boys	Любители истории	модуляция
85	The Hobbit: There and Back Again	Хоббит: Туда и обратно	дословный перевод
86	The host	Гостья	дословный перевод
87	The Library Suicides / Y Llyfrgell	Библиотека самоубийств	дословный перевод
88	The Lighthouse	Маяк	дословный перевод
89	Prison Break	Побег	генерализация
90	Usual Suspects	Подозрительны е лица	дословный перевод
91	The Mother	История матери	метод добавления
92	The Roads Not Taken	Неизбранные дороги	дословный перевод
93	The Three Burials of Melquiades Estrada	Три могилы	опущение и генерализация
94	The wolf of Wall Street	Волк с Уолл- стрит	дословный перевод
95	Titus	Тит – правитель Рима	метод добавления
96	Tormented	Истерзанный	дословный перевод
97	Trauma	Травма	дословный перевод
98	Ted	Третий лишний	модуляция
99	Vacancy	Вакансия на	метод добавления

		жертву	
100	On Chesil Beach	На берегу смотреть	опущение и генерализация
101	World War Z	Война миров Z	Прямой перевод (метод перестановки)
102	Skyfall	Координаты Скайфолл	конкретизация
103	American History X	Американская история Икс	дословный перевод
104	Internship	Кадры	модуляция