

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ
И ЭКОНОМИКИ»

Институт гуманитарных и социальных наук
Кафедра лингвистики и переводоведения

Допустить к защите
Заведующий кафедрой

_____ А.-М. Ариас
« ___ » _____ 2021 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**на тему: «Стилистические особенности названий фильмов
ужасов и особенности их перевода на русский язык»**

Направление подготовки: 45.03.02. Лингвистика

Направленность: Перевод и переводоведение

Выполнил студент:

С.С. Кузнецова

Руководитель:

к.ф.н., доцент кафедры
Лингвистики и переводоведения

Н.Е. Камовникова

Санкт-Петербург
2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

У

ВВЕДЕНИЕ.....	2
Глава I. Название фильма как специфический объект перевода.....	5
1.1 Статус фильмонима как имени собственного.....	5
1.2 Функционально-стилистические особенности названия фильма.....	6
1.3 Языковые особенности заголовков фильмов ужасов и стратегии их передачи на русский язык.....	16
Выводы по главе 1.....	21
Глава II. Стилистические особенности названий фильмов ужасов и способы их переводов на русский язык.....	22
2.1 Лексические и функционально-стилистические особенности реализации жанра ужасов в фильмониме.....	22
2.2 Особенности перевода наименований фильмов ужасов на русский язык.....	31
2.2.1 Стратегия форенизации.....	34
2.2.2 Стратегия доместикации.....	38
Выводы по главе II.....	52
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	55
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:.....	57

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире кино является одной из наиболее популярных и востребованных сфер. Эффектный заголовок во многом способствует привлечению внимания зрителя. В связи с этим авторы наименований кинокартин стремятся создавать яркие, броские и лаконичные заглавия. Помимо данных характеристик заголовков также дает понимание о жанровой принадлежности фильма, легко запоминается и обладает ясным содержанием.

Перевод заголовков фильмов представляется коммерческим процессом, поскольку перевод в данном случае преследует не только художественные цели, но и маркетинговые. Фильм должен привлекать и завлекать потенциального зрителя. Таким образом, переводчик выступает как посредник между текстом оригинала и текстом перевода, поскольку адаптация наименования фильма с учетом специфики страны перевода, может принести как ошеломляющий успех, так и коммуникативную неудачу.

Цель настоящей выпускной квалификационной работы - выделить стилистические особенности заголовков фильмов

ужасов, а также выявить способы перевода названий фильмов ужасов с английского языка на русский.

Достижению поставленной цели способствует решение следующих **задач**:

- выявить функционально-стилистические особенности названий фильмов;
- охарактеризовать особенности перевода заголовка кинематографического произведения;
- проанализировать стратегии адаптации при переводе названий англоязычных кинофильмов на русский язык;
- выявить используемые при переводе наименований кинофильмов трансформации;
- проанализировать отобранный материал, согласно выделенным переводческим приемам, используемым при переводе;
- выявить наиболее часто используемые при переводе названий фильмов ужасов трансформации.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что наименование играет важную роль в успехе кинофильма, поскольку служит для отражения сути кинокартины и одновременно для привлечения внимания потенциального кинозрителя. Наравне с оригинальным заголовком на успех фильма в международном прокате влияет его перевод на языки стран, в которых будет реализован прокат картины в дальнейшем. Кроме того, актуальность связана с недостаточной, несмотря на проявляемый к ней интерес, изученностью данной проблемы.

Объектом данного исследования являются заглавия американских фильмов ужасов, выпущенных в мировой прокат.

Предметом исследования послужили способы перевода отобранных названий англоязычных кинофильмов на русский язык.

Материалом исследования послужили 84 заголовка фильмов ужасов, отобранных методом сплошной выборки. Кинокартины, наименования которых отобраны для анализа, выпущены после 2000 года.

Практическая значимость Результаты исследования могут быть использованы при разработке учебных материалов по курсам лингвистики и межкультурной коммуникации, теории перевода и киноведению.

В качестве **теоретико-методологической основы** исследования выступают труды А.В. Антроповой, И.В. Арнольд, Л.С. Бархударова, В.С. Виноградова, В.Н. Комиссарова, Л.К. Латышева, Р-К. Миньяр-Белоручева, Я.И. Рецкера, А.Д. Швейцера и др.

Глава I. Название фильма как специфический объект перевода

1.1 Статус фильмонима как имени собственного

Наименования кинофильмов относят к особому разряду имен собственных. Имена собственные представляют собой единицы языка и речи, которые служат для номинации предметов окружающего мира, объектов действительности. Имена собственные могут применяться для называния как реальных явлений, так и созданных в воображении человека. Среди имеющихся разрядов имен собственных отдельное место отводится тем, которые относятся к духовной сфере человека и его деятельности. Те имена собственные, которые называют имена, связанные с различными областями искусства, называются идеонимами [40, с. 212]. Сам термин «идеоним» представляет собой родовое понятие, которое включает несколько видов имен собственных, относящихся к различным видам искусства. Так, среди идеонимов выделяются библионимы (наименования книг и произведений художественной литературы), артионимы (названия произведений изобразительного и музыкального искусства). Названия кинофильмов долгое время оставались вне поля зрения лингвистов и практически не являлись предметом исследований. Однако, изучению наименований кинофильмов посвящены работы отдельных исследователей (А.В. Антроповой, Е.А. Бурмистрова, Н.В. Кныш, Ю.Н. Подымовой). Ю.Н. Подымова в своей работе предлагает отнести названия кинофильмов к одному из видов идеонимов и предлагает наименование – фильмонимы [36].

Поскольку идеонимы дают имя не предмету, а идее, воплощенной в предметах искусства, то можно говорить об особом месте, которое они занимают в ономастической системе. Поэтому та область, к которой относятся идеонимы, довольно условно возможно считать предметной. Когда автор дает название литературному произведению или фильму, то, в первую очередь, он исходит из содержания произведения или фильма. Идеонимы дают характеристику предмету, получают дополнительные коннотации, в связи с чем, их функциональные свойства несколько иные, чем у имен собственных, так, идеонимы приближены к нарицательной лексике.

Сам фильмоним, как языковой знак, находится «над текстом», таким образом, его позицию возможно определить в качестве сильной позиции в тексте. Такая позиция позволяет считать фильмоним самостоятельной единицей, в связи с чем и рассматривать его представляется возможным как автономную языковую единицу [36, с. 15]. Такой статус фильмони́ма позволяет его считать также и компонентом текста, поскольку в нем отражены и идейные, и жанровые особенности текста, а также содержание текста (*“Dark Asylum”*, *“The Abandoned”*, *“Somebody Help Me”*). Таким образом, исследователь считает, что заглавие представляет собой нераскрытое содержание текста.

Крайне важным представляется структурный аспект в создании фильмони́ма, поскольку между семантикой и структурой прослеживается очевидная связь. Та или иная синтаксическая структура фильмони́ма может способствовать созданию яркого эффекта выразительности,

например, “*Cursed*”, “*Hell*”, “*Living hell*”. Благодаря этому создается необходимый прагматический эффект (“*The Haunting*”, “*Braindead*”). Отметим, что лаконичные синтаксические структуры способствуют быстрому восприятию и запоминанию названия фильма, а также несут в себе определенную интригу.

1.2 Функционально-стилистические особенности названия фильма

В современной лингвистической литературе выделяется несколько функций фильмонимов, которые будут рассмотрены в рамках настоящей подглавы.

Несомненной является номинативная функция фильмонимов, поскольку являются носителями тех же функций, что и заглавия художественных произведений. Называя кинокартину, фильмоним тем самым выделяет ее среди ряда многих других кинокартин, представляя собой имя собственное той или иной картины. Примером номинативной функции фильмонима может служить любое заглавие кинофильма: *The Texas Chainsaw Massacre*, *I Sell the Dead*, *Black Sheep*. Так проявляется номинативная функция заглавия кинофильма.

Помимо номинативной функции фильмоним также обладает коммуникативной функцией, поскольку служит своеобразным связующим звеном между зрителем и самим фильмом. Однако, в названии кинофильма также заключена информация о данном фильме, в связи с чем, возможно утверждать, что фильмоним выполняет, наряду с номинативной и коммуникативной функциями, также и

информативную функцию. Данная функция представляется главной из представленных функций, поскольку выступает как категория, которая совмещает в себе несколько составляющих. С одной стороны, информативная функция информирует зрителя о содержании фильма, а с другой, заключается в воздействии на зрителя еще до просмотра фильма. Например, заголовок фильма *Backwoods Bloodbath* информирует потенциального зрителя о месте событий, описываемых в фильме, а также о происходящих в нем действиях. Подобное же наблюдается в заголовке *The Exorcism of Emily Rose* дает зрителю информацию о действующем лице и о событии, которое происходит в фильме.

Зачастую случается так, что фильм уже создан, а названия у него все еще нет. Но еще одной причиной сложности является то, что создатели фильма хотят привлечь внимание потенциального зрителя еще до просмотра не только картины, но и трейлера к картине. В качестве рекламы фильма выступает трейлер, а в качестве рекламы трейлера выступает фильм-номиним, задачей которого является привлечение внимания. Таким образом, информативная функция включает в себя рекламную функцию, т.е. фильм-номиним служит для привлечения внимания, подогрева интереса к фильму у потенциальной аудитории. Но также возможно говорить о наличии прагматической функции в рамках информативной, поскольку речь идет о воздействии на потенциальную зрительскую аудиторию [36]. Я ярким примером реализации рекламной функции можно назвать

фильмом *Stephen King's Rose Red*, в котором используется имя известного писателя в жанре "horror".

Крайне важной задачей фильмонима также является его рекламная функция, которая не является самостоятельной, поскольку в качестве рекламы фильма выступают и экстралингвистические факторы, например, имя режиссера, актеры, а также жанр фильма. Хотя информация, которую в себе несет название фильма играет существенную роль. Так рекламная функция работает совместно с функцией воздействия. Названия фильмов оказывают на зрителя не только интеллектуальное, но и эмоциональное воздействие. Последнее особенно актуально при изучении наименований фильмов ужасов: *The Dead Matter*, *Creature of Darkness*, *Buried Alive*, *Sleepover Nightmare*. В связи с этим, предельная лаконичность или стилистическая нейтральность могут в значительной степени снижать силу воздействия фильмонима. Подобное, с нашей точки зрения, возможно наблюдать в таких фильмонимах, как *Choose*, *The Innkeepers*, *Dr. Giggles*. В первую очередь, фильмоним призван вызывать интерес и привлекать внимание потенциального зрителя кинокартины.

Основываясь на работах некоторых исследователей (Ю.В. Веденев, Е.В. Кныш, Э.А. Лазарева, З.Я. Тураева) возможно выделить прогностическую функцию фильмонимов. Данная функция реализуется посредством жанровой и смысловой адаптации. Прогностическая функция реализует сложный мыслительный процесс, который опережает прогнозирование зрителем содержания фильма посредством добавления слов-ассоциаций, которые связывают фильмоним

с жанром фильма. Примером реализации прогностической функции могут служить следующие фильм-имены: *The Exorcism of Emily Rose*, *The Exorcism of Emily Rose*, *Somebody Help Me*. А.В. Суртаева полагает, что близкой к прогностической функции является ассоциативная функция, которая создает в сознании реципиента ассоциации, вызванные заглавием [41, с. 19].

Прагматическая функция фильм-имени реализуется в результате взаимодействия самого фильм-имени и текста кинофильма. В качестве прагматических эффектов могут выступать эффект усиленного или оправданного ожидания, эффект обманутого ожидания. Согласно Ю.М. Лотману, восприятие текста слушателей зачастую происходит иначе, нежели сам текст видит автор [28]. Получатель текста воспринимает определенную часть текста, додумывая остальное и достраивая целое. Далее автор либо подтверждает догадку и делает дальнейшее восприятие текста бесполезным, либо опровергает догадку и требует от слушателя построения новых мыслей и идей. Автор говорит о том, что при выборе кинокартины зритель для себя заранее определяет ее жанровую принадлежность, формируя некоторые свои ожидания от данной картины, основываясь на своем предыдущем опыте. В том случае, если кинокартина полностью совпала с той структурой, которую выстроил зритель, то по окончании просмотра зритель останется с чувством неудовлетворения. Такое происходит, потому что фильм не дал ничего нового, модель мира автора произведения оказалась штампом. Однако, возможен и иной вариант развития событий. Если в какой-то момент ход

самого фильма и ожидания зрителя не совпадают, то происходит разрушение старой модели мира и создание более новой и более совершенной.

Эффект усиленного ожидания имеет место в тех случаях, когда название фильма в силу метафоричности или многозначности не совсем понятно потенциальному зрителю, что интригует его и побуждает к просмотру кинокартины: *Joy Ride, Burning Bright, The Thing*.

Эффект оправданного ожидания проявляется в тех случаях, когда название фильма порождает у зрителя некоторые ассоциации еще до просмотра самого фильма. Чаще всего подобное происходит, когда название включает слова, словосочетания или даже предложения, обозначающие центральные фигуры фильма. Это могут быть имена собственные героев кинокартины, наименования профессий героев, наименование местности, в которой происходит действие в фильме, а также если заглавие фильма совпадает с заглавием художественного произведения: *The Exorcism of Emily Rose, Hell, Zombieland, Stephen King's Rose Red*.

Эффект обманутого ожидания реализуется тогда, когда название порождает определенные тематические или смысловые ожидания, ассоциации, которые появляются в начальной части фильма, вступают в резкое противоречие с концовкой фильма: *Below, Prowl, Event Horizon*. По мере просмотра фильма обычно происходит полное переосмысление первичного восприятия кинокартины [28].

Перечисленные эффекты усиленного, оправданного и обманутого ожидания реализуют функциональные и

семантические функции фильмонимов, которые являются частями прагматической функции фильмонимов. Однако, очевидно, что представленные эффекты также реализуют и различные виды прогнозирования. В связи с этим, возможно утверждать, что функция прогнозирования представляет собой неотъемлемую часть прагматической функции.

По своим функциям фильмоним во многом похож на названия литературных произведений. Так, Л. Черкасский отмечает, что в заголовке произведения сформулирована тема произведения, его главная идея, само название способствует формированию эмоционального настроения потенциального читателя, также в заголовке может отражаться место и время действий, происходящих в произведении, а также называться основные детали событий, о которых идет речь в произведении [45, с. 93]. Подобная характеристика заглавия говорит о том, что заглавие кинофильма возможно рассматривать как заглавие художественного произведения. При изучении заголовков кинокартин стоит учитывать содержание, которым наделен сам фильмоним, выделять основную мысль и проблемы, которые в нем заключены, поскольку заголовок представляет собой тот элемент, который несет в себе основную информацию о самом фильме.

В научной работе А.В. Антроповой «Названия американских, английских и российских кинофильмов: сопоставительная характеристика и проблемы перевода» говорится о том, что названия кинофильмов обладают следующими функциями – номинативной, информативной, рекламной и изобразительно-декоративной. Из

перечисленных функций только одна свойственна только кинофильму, а именно, изобразительно-декоративная функция – изобразительные и художественные возможности кино [3, с. 175].

Как отмечает И.В. Арнольд, «заголовок – это самая сильная позиция в тексте» [3, с. 320]. В рамках данной работы такой сильной позицией является заголовок фильма. Все внимание зрителя сосредоточено на названии фильма, информация, заключенная в фильмониме, хорошо запоминается и производит особо яркое впечатление.

Художественный фильм представляет собой не только культурный феномен, но и является способом формирования картины мира отдельного зрителя, в частности, и общества, в целом. Зачастую фильмы служат источником знаний об иностранной культуре.

Основными особенностями фильмонимов считаются их лаконичная форма и знаковая природа. Фильмонимы содержат черты, которые присущи названиям, как самостоятельным языковым единицам [37]. В связи с тем, что одной из основных функций фильмонимов является привлечение внимания, сами фильмонимы зачастую стилистически экспрессивны, яркие, привлекающие внимание.

Таким образом, основными функциями фильмонимов считаются краткость, информативность и создание интриги, что является рекламной функцией.

В связи с тем, что информативная функция фильмонимов считается одной из основополагающих, на первый план при

изучении названий фильмов выдвигается семантический аспект.

Первичность информативной функции фильмонимов позволяет на первый план при изучении фильмонимов выдвинуть семантический аспект. Семантическое разнообразие фильмонимов возможно продемонстрировать посредством имеющихся классификаций фильмонимов.

Первая из классификаций, которая относится к заглавиям литературных произведений и которую возможно использовать для классификации названий фильмов, представлена в работах А.В. Ламзиной. Автор предлагает разделение заглавий на четыре вида согласно основным компонентам, заключенным в художественном произведении [24]. Ю.Н. Подымова предлагает распределение фильмонимов по семантическому принципу и выделяет четыре группы фильмонимов, которые указывают на: объект, место событий, время событий, а также фильмонимы, которые включают в себя несколько семантических компонентов. В своей работе Ю.Н. Подымова выделяет три типа названий кинофильмов, выделение которых происходит согласно конструктивному принципу [36].

К первой группе А.В. Ламзина относит заглавия, представляющие основную тему или проблему, отображенные автором в произведении. Подобное мы можем наблюдать и в случае с фильмонимами, которые также могут называть тему кинокартины: *Buried Alive* – *Похороненные заживо*; *Glass Trap* – *Стальная ловушка*.

Вторым видом заглавия, согласно А.В. Ламзиной, представляют собой заглавия, представляющие собой

перспективу сюжета произведения. В названиях некоторых фильмов также прослеживается некая перспектива сюжета: *Sleepover Nightmare* – Пробуждение кошмара, *Dance of the Dead* – Адская вечеринка; *Joy Ride* – Ничего себе поездочка.

К третьему типу автор относит заглавия, которые представляют собой антропонимы, т.е. указывает на личные характеристики главного героя. Обычно среди кинофильмов встречается довольно большое количество картин, которые можно отнести к данной группе, однако, касательно названий фильмов ужасов, то отметим, что для них не очень характерно наличие антропонима. Названия с именами собственными встречаются, но не являются частотными: *The Haunting of Molly Hartley* – Призраки Молли Хартли; *The Exorcism of Emily Rose* – Шесть демонов Эмили Роуз.

Последней выделяемой А.В. Ламзиной группой явилась группа классификации, включающая заглавия, которые обозначают время и пространство: *The Texas Chainsaw Massacre* – Техасская резня бензопилой; *Underworld: Awakening* – Другой мир: Пробуждение; *Hell* – Ад.

Ю.Н. Подымова в первую группу своей классификации выделяет фильмонимы, указывающие на объект в широком смысле. Данная группа включает несколько семантических подгрупп и является довольно объемной. Сюда входят фильмонимы, указывающие на героя фильма или его прозвище, характеристику героя, его профессию, социальное положение и т.п.: *Orca, the Killer Whale, Anaconda III, The Frighteners*. Подобные названия могут показаться довольно информативными, однако, такое прогнозирование не всегда оказывается достоверным.

Во вторую группу автор относит фильмонимы, указывающие на место действия. Такое место действия может быть как реальным, так и вымышленным: *House of Wax, Madhouse, Wolf Creek, Underworld: Awakening*. Данный тип фильмонимов включает также те лексические единицы, которые отражают перемещение в пространстве.

Фильмонимы третьей из выделенных Ю.Н. Подымовой групп указывают на время событий. Номинации времени могут быть и прямыми, и косвенными: *Sleepover Nightmare, Ginger Snaps Back: The Beginning*.

В четвертую группу автор относит фильмонимы, которые содержат несколько семантических компонентов. Такие фильмонимы могут одновременно указывать и на место событий, и на время, на само событие и на героя, на событие и на время этого события: *The Cat: Eyes that Sees Death, War Games: At the End of the Day, Resident Evil: Extinction*.

Классификация фильмонимов, как особых единиц, представлена Л.Г. Бабенко. Автор выделяет фильмонимы по когнитивно-тематическому принципу и распределяет наименования фильмов по пяти группам:

1. Фильмонимы, указывающие на героя фильма: *Anaconda III; Ravenous*.

2. Фильмонимы, которые называют на время событий, происходящих в фильме: *Sleepover Nightmare*.

3. Фильмонимы, которые указывают на место событий фильма: *Madhouse; Resident Evil: Extinction*.

4. Фильмонимы, указывающие на события, показанные в кинокартине: *The Exorcism of Emily Rose; The Haunting of Molly Hartley*.

5. Фильмонимы, которые называют главный или знаковый предмет, вокруг которого разворачивается действие в фильме: *Panic Button; Glass Trap; The Skeleton Key* [6].

Таким образом, очевидно, что классификация Л.Г. Бабенко и Ю.Н. Подымовой выделяют несколько одинаковых групп фильмонимов, поэтому представляется возможным говорить о том, что группы фильмонимов, которые указывают на объект, место и пространство, время и событие, являются доминирующими [6; 36].

Согласно А.В. Антроповой, названия американских кинофильмов в плане их грамматического построения можно разделить на три группы. Таким образом, возможно говорить о синтаксической классификации фильмонимов [3]:

1. Названия-словоформы – конкретное слово в конкретной грамматической среде. В свою очередь могут представлять собой:

1.1. одно знаменательное слово без служебных – *Salvage* – *Вторсырье*, *Mandrake* – *Из-под земли*, *Rubber* – *Шина*;

1.2. знаменательное слово с одним или несколькими служебными – *The Thing* – *Нечто*, *Dr. Giggles* – *Хихикающий доктор*;

1.3. имена собственные, состоящие из нескольких элементов, но не являющиеся словосочетаниями.

2. Названия-словосочетания. Они имеют разные типы связи:

2.1. сочинительный тип связи.

2.2. подчинительный тип связи, который в свою очередь делится на:

2.2.1 простые словосочетания - *Black Sheep* - Паршивая овца; *Burning Bright* - Во власти тьмы, *Stake Land* - Земля вампиров, *Dark Asylum* - Лабиринты тьмы;

2.2.2. сложные словосочетания - *Dance of the Dead* - Адская вечеринка», *The Haunting of Molly Hartley* - Призраки Молли Хартли, *The Exorcism of Emily Rose* - Шесть демонов Эмили Роуз.

3. Названия-предложения:

3.1 повествовательные - *I Sell the Dead* - Продавец мертвых;

3.2 побудительные - *Somebody Help Me* - Дожить до рассвета;

3.3 вопросительные.

3.4. простые - *Demons Never Die* - Дети-самоубийцы;

3.5. сложные - *War Games: At the End of the Day* - Военные игры, *The Cat: Eyes that Sees Death* - Кот: глаза, которые видят смерть.

Таким образом, очевидно, что название фильма ужасов может представлять собой как отдельную лексему, так и словосочетание, иногда предложения повествовательного или побудительного типа. Иногда название киноленты представляет собой фигуру речи, некий языковой прием или даже аббревиатуру, или сокращение. Подобное представляется логичным объяснить рекламной функцией фильмонимов, которые, благодаря необычной и яркой форме привлекают внимание и вызывают интерес. Для фильмов ужасов характерны названия - словоформы и названия-словосочетания, т.е. краткие и емкие лексические единицы

зачастую используются в качестве фильмонима к фильму ужасов.

Г.О. Винокур в статье «О языке художественной литературы» говорит о том, что в задачу фильмонимов входит не просто указание на то или иное явление и его наименование, но и привлечение своей «заманчивой сюжетностью». В отличие от названий художественных произведений фильмонимы обладают несколькими лингвистическими особенностями. Так, структура названий кинофильмов чаще всего связана с семантикой, их краткость и лаконичность призвана делать их простыми для понимания и запоминания, синтаксическая структура служит для создания эффекта выразительности [12].

Резюмируя все вышесказанное, мы приходим к выводу, что название играет важную роль в создании эстетического потенциала и, соответственно, эстетического эффекта. Фильмонимы заключают в себе несколько функций, о которых говорилось ранее, в связи с чем, фильмоним возможно определить, как «визитную карточку» самого фильма. Все это ставит перед переводчиком довольно непростую задачу. Не вызывает сомнения, что перевод фильмонимов представляет определенные трудности, связанные с языковыми и культурными различиями, расхождениями в общественном сознании и традициях, индивидуальными фоновыми знаниями переводчика, а также особенностями оригинала.

1.3 Языковые особенности заголовков фильмов ужасов и стратегии их передачи на русский язык

Центральным признаком жанра называется коммуникативная цель, которая и формирует структуру самого жанра. Так, коммуникативной целью произведений в жанре «хоррор» может быть попытка напугать читателя или зрителя.

В научной литературе оговариваются и описываются так называемые «смешанные» жанры, в которых сочетаются элементы двух и более жанров, что крайне затрудняет формулировку определения жанра «хоррор» [5]. Каждый из исследователей предлагает свою собственную формулировку для характеристики данного жанра, стараясь максимально отдалить «ужасы» от, к примеру, триллера или научной фантастики.

По определению Д. Стринати хоррор требует подавления, т.е., показанный ужас должен быть показан и интерпретирован, как выражение довольно тревожных и дискомфортных желаний, которые требуют подавления [51, с. 82].

Основным жанрообразующим признаком хоррора отмечают нагнетание страха. Для реализации данного признака авторами используются различные языковые средства. В качестве средств выражения экспрессии могут выступать фонетические, лексические, грамматические и стилистические средства языка. Подобные средства помогают создать атмосферу мистического и одновременного реального, заставляют воображение читателя или зрителя додумывать то, о чем умалчивает автор. Так реципиент

нащупывает свои собственные страхи и создает свой мир страха.

Для вербализации эмоций С.Г. Агапова и Т.Е. Телюкина выделяют четыре способа, а именно, номинацию, дескрипцию, выражение и метафоры. Номинация представляет собой использование слов, значение которых соотносится с понятием об эмоциях. При помощи номинации эмоции называются. Описание эмоций представляет собой фиксацию внешних изменений, которые происходят с человеком. На данном этапе происходит реализация языковых средств, способствующих актуализации номинированных эмоций. Выражение эмоции производится посредством применения эмотивных знаков [1].

Лексическая реализация жанрообразующего признака фильмов ужасов происходит посредством актуализации эмоции «страх», которая описывается лингвистическими средствами языка и функционирует в самом фильмониме. Реализация страха может осуществляться различными способами – от некоторого чувства опасности до ужаса.

В рамках понятия “horror” представляется возможным выделить три основных лексико-семантических поля [21, с. 119-120]:

1. Лексико-семантическое поле “fear” включает лексику, номинирующую страх. В рамках данного семантического поля возможно выделить лексику эксплицитно выражающую данную эмоцию, а также лексику, которая имплицитно указывает на эмоцию страха.

2. Лексико-семантическое поле “supernatural” включает лексические единицы, которые номинируют

сверхъестественные явления. Также возможно выделение лексики, которая указывает на данное явление эксплицитно и имплицитно.

3. Лексико-семантическое поле “death” объединяет лексические единицы, которые обозначают смерть и связанную с ней атрибутику. В рамках данного поля возможно выделение нескольких микрополей:

а) словообразовательные ассоциаты лексико-семантического поля “death”: dead, doom, death т.п.;

б) лексемы, которые реализуют значение “violent death”: murder, to kill, killer и т.п.;

в) лексемы, обозначающие мертвое тело и его части.

В практической части настоящей работы отобранные примеры проклассифицированы согласно указанным трем группам.

Резюмируя вышесказанное, возможно отметить, что в силу определенных функций фильмонимов (информативность, краткость, создание интриги) формулировка заглавия фильма ужасов интригует потенциального зрителя, привлекает внимание к самому фильму, обладает экспрессией в соответствии с жанровыми особенностями фильма, что возможно достичь посредством лексических, а также стилистических средств языка.

Перечисленные характеристики заголовка фильма ставят перед переводчиком непростую задачу, поскольку варианту перевода необходимо обладать характеристиками исходного фильмонима. В процессе перевода названий кинофильмов возникает множество проблем, касающихся выбора способов, приемов перевода, которые могут привести

к адекватному или же неадекватному решению определенных языковых задач. При переводе названий кинофильмов необходимо учитывать функционально-стилистические особенности стиля в целом и каждого подстиля в отдельности. Название должно выражать основу сюжета картины, привлекать внимание зрителя.

Л. Венути были выделены два основных подхода к передаче текста, условно обозначенные им доместикацией и форенизацией [52].

Теория, выдвинутая Л. Венути, основывается на идеях Ф. Шлейермахера, который предложил понимание стратегии как метода и выделил два метода перевода: от читателя к автору и от автора к читателю [47]. В первом случае предполагается, что переводчик не стремится упростить текст или адаптировать его, наоборот, максимально воспроизводит оригинальный текст посредством языковых средств другого языка. Во втором случае перевод становится удобной для читателя версией текста, сложные моменты, связанные с иностранным языком, нейтрализуются.

Идеи Ф. Шлейермахера получают развитие в работах Л. Венути "The translator's Invisibility" и "The Scandals of Translation: Towards an Ethics of Difference" [52; 53]. Исследователь считает, что переводчик должен рассматривать перевод как процесс, в результате которого происходит значительное искажение норм исходного языка и культуры. Задачей переводчика автор считает противостояние такому влиянию с целью сохранить и передать нормы культуры, воплощенные в оригинальном тексте.

В случае применения стратегий доместикации и форенизации переводчик либо создает легко читаемый текст в языке перевода, либо сохраняет «чуждость» оригинала. Доместикацию автор характеризует как этноцентрический подход, который подразумевает приближение автора текста и самого текста к читателю, акцент в таком случае делается на языковых и культурных ценностях языка перевода. При стратегии форенизации происходит все наоборот – акцент делается на языковых и культурных ценностях исходного языка, в таком случае читатель приближается к автору и к тексту. При стратегии доместикации иностранный текст легче воспринимается получателем текста, при стратегии форенизации текст перевода может нарушать языковые нормы языка перевода с целью сохранения черт текста оригинала [53, с. 13]. Сам Л. Венути считает, что англо-американская культура довольно агрессивно распространяет свое влияние на весь мир. По мнению Л. Венути, целью стратегии доместикации является принуждение к звучанию текста в тех словах и выражениях, которые привычны для доминантной культуры [47, с. 204]. Таким образом происходит ассимиляция чужих традиций, сводятся на нет все особенности иноязычного текста. Л. Венути подвергает такой подход критике и сообщает о необходимости форенизировать текст, чтобы сообщить адресату о существовании иным культурных норм и традиций и таким образом оказать влияние на англоязычную культуру. По сути, автор противопоставляет указанные две стратегии, оговаривая, что при применении стратегии доместикации переводчик «не виден» получателю перевода, он либо

опускает те понятия, которые требуют пояснений, либо заменяет их на схожие понятия в языке перевода. При применении стратегии форенизации переводчик как раз «видим» в тексте перевода, поскольку он комментирует те или иные особенности иностранного текста и культуры [47, с. 205]. Л. Венути считает, что полюса двух выделенных стратегий доместикации и форенизации смещаются в зависимости от времени и статуса стран, в которых появились исходный и переводной тексты. Неизменным, однако, признается тот факт, что сохранение или опущение культурных особенностей иноязычного текста зависит от доминирования или подчинения культуры страны происхождения данного текста на данный период времени. Сам Л. Венути отмечает, что желательно стремиться к уменьшению этноцентрического влияния при переводе, чего возможно достичь посредством ограничения «одомашнивания» текста. Стратегия форенизации позволяет ограничить данный процесс и представляет собой перевод текста оригинала, который направлен на то, чтобы подчеркнуть особенности исходного текста и максимально сгладить присутствие переводчика [47, с. 206]. Таким образом возможно защитить текст перевода от давления культуры доминантного языка перевода, которой Л. Венути считал англо-американскую культуру.

Согласно исследователю, перевод происходит на трех уровнях: с одного языка на другой; из одного промежутка времени в другой; из одной культуры в другую. В процессе перевода оппозиция двух стратегий не является бинарной,

потому как какие-то аспекты текста могут подвергаться натурализации, а какие-то остранению.

При переводе фильмонимов выбор стратегии не может быть определен однозначно, поскольку форенизация или доместикация заглавия зависит, в первую очередь, от жанра фильма и его цели, а также от степени осведомленности потенциальных зрителей. В связи с этим, невозможен однозначный выбор какой-то одной из выделенных стратегий, переводчику необходимо находить компромисс, отдавая приоритет лишь в малой степени одной из представленных стратегий.

Выводы по главе 1

Заголовок кинофильма относят к особому разряду имен собственных – идеонимам и называют фильмонимами.

Фильмонимы обладают несколькими функциями: номинативной, информативной, коммуникативная, прагматическая, прогностическая, рекламная. Основными особенностями фильмонимов считаются его краткость, лаконичность, информативность и создание интриги.

В переводоведении для перевода фильмонимов выделяется две стратегии – форенизация и доместикация. Выбор стратегии не может быть определен однозначно, поскольку форенизация или доместикация заглавия зависит, в первую очередь, от жанра фильма и его цели, а также от степени осведомленности потенциальных зрителей.

Глава II. Стилистические особенности названий фильмов ужасов и способы их переводов на русский язык

2.1 Лексические и функционально-стилистические особенности реализации жанра ужасов в фильмониме

В практической части настоящего исследования проводится анализ 84 заголовков фильмов ужасов. Глава посвящена стилистическим особенностям заглавий фильмов жанра «хоррор», а также выявлению способов их передачи на русский язык.

В рамках настоящей подглавы представим классификацию семантических полей ядра понятия “horror”. Определено, что зачастую признак жанра ужасов происходит посредством актуализации эмоции страха. В рамках настоящей работы выделено три поля лексико-семантической группы *horror*, которые реализуются в наименованиях фильмов, отобранных в качестве примеров.

1. Поле *fear*, которое включает лексемы, обозначающие эмоцию страха. В данную группу включено 23 примера фильмонимов. В выделенных примерах выделены фильмонимы, в которых страх выражен эксплицитно, однако отмечены и те фильмонимы, в которых страх репрезентирован имплицитно.

В фильмониме *The Dark* – *Темные силы* короткое и лаконичное название создает интригу и дает зрителю понимание о жанре фильма, поскольку темнота всегда

ассоциируется с чем-то страшным. Подобное наблюдается и в наименовании *Dark - Тьма*, который заключает в себе лексему, включающую сему страха. Аналогичная лексема используется для реализации фильмонима *Dark Asylum - Лабиринты тьмы*. В основе реализации данного фильмонима лежит метафора, что придает заголовку образность и интригу.

При помощи стилистического приема создается фильмоним *Sleepover Nightmare - Пробуждение кошмара*. При помощи оксюморона особенно ярко передается эмоция страха.

В названии *Panic Button - Тревожная кнопка* отмечено применение клише из области пожарной безопасности. Так заголовок легко запоминается зрителем. Фильмоним *The Frighteners - Страшилы* характеризуется краткостью и лаконичностью, что также способствует легкому запоминанию наименования и способствуют созданию интриги. Также отмечается эксплицитное выражение эмоции страха, что сразу дает понимание о жанровой принадлежности фильма.

Интересным представляется фильмоним *FeardotCom - Страх.com*. Данный фильмоним построен при помощи графона, что отражает устное озвучивание интернет сайтов. Таким образом также реализуется функция привлечения внимания к просмотру фильма.

В заголовке *Shark Night 3D - Челюсти 3D* авторы прибегают к упоминанию довольно опасных животных акул, которые традиционно считаются крайне опасными. В связи с

этим, можно сказать, что упоминание эти опасных животных способствует в полной мере реализации эмоции страха.

В следующих двух фильмонимах встречается употребление лексемы *trap*: *Glass Trap* – *Стеклянный муравейник*; *Steel Trap* – *Стальная ловушка*. Данная лексема также создает впечатление некой безысходности и, таким образом, способствует реализации эмоции страха.

В представленных примерах фильмонимов выделяются лексемы, которые эксплицитно номинируют эмоцию страха. Представляется возможным заключить, что лексема *dark* хоть и не относится к ядру к лексико-семантического поля *fear*, однако, входит в его ближайшую периферию, поскольку темнота всегда связывается с чем-то, чего стоит бояться.

Так, в заголовке *The Abandoned* – *Заброшенный дом* причастие, которым выражен фильмоним, создает интригу и внушает чувство тревоги у зрителя. В фильмониме *Somebody Help Me* – *Дожить до рассвета* заключается призыв о помощи (лексема *help*), что также служит для реализации страха у потенциального зрителя. Подобное наблюдается и в фильмониме *Insidious* – *Астрал*, где лексема, которая реализует наименование фильма, называет такое качество человека, которое будит страх у потенциального зрителя. Также проклятия всегда ассоциируются с чем-то страшным, поэтому возможно говорить о том, что заголовок фильма *Cursed* – *Проклятая* способствует реализации эмоции страха.

В наименовании *Ravenous* – *Людоед* наблюдается имплицитное указание на некие страшные события в фильме. Подобное осуществляется при помощи эвфемизации. при помощи эвфемизации реализуется фильмоним *Madhouse* –

Дом страха, что способствует созданию большей эмоциональности.

Стилистический прием аллюзии наблюдается в заголовке *Mandrake - Из-под земли*. Данный прием напоминает читателю о мифическом растении с длинными корнями, которому приписываются магические свойства.

В фильмониме *Hush - Тишина* повторение глухих шипящих согласных создает некую напряженность и способствует нагнетанию интриги. Первая часть заголовка *Tremors 4: The Legend Begins - Дрожь земли 4: Легенда начинается* служит своеобразной вводной частью, внося интригу, во второй части также наблюдается применение приема аллитерации - повторение согласных, что создает напряжение.

Фильмоним *The Skeleton Key - Ключ от всех дверей* стилистически и лексически реализован посредством устойчивого выражения. Применение данного выражения в качестве наименования фильма служит для создания жанровой интриги. Посредством устойчивого выражения реализуется и заголовок фильма *Event Horizon - Сквозь горизонт*. Данное устойчивое выражение обозначает границу вокруг черной дыры, за которой нет света и нет никакой возможности выбраться из этой дыры. Таким образом, можно говорить о применении приема аллюзии, а также о фразеологизации, что наделяет заголовок выразительностью и создает интригу, зарождающая страх у зрителя.

В данных примерах страх выражается имплицитно. Авторы фильмонимов подбирают такие лексические единицы,

которые заставляют зрителя насторожиться и испытать страх.

2. Поле *supernatural* включает лексические единицы, которые обозначают сверхъестественные явления. Также в эту группу мы включаем те фильмони́мы, которые номинируются лексикой, обозначающей не существующие в реальности явления, места или объекты. В рамках данной группы также выделяются фильмони́мы, в которых сверхъестественное вербализуется эксплицитно и те фильмони́мы, в которых подобное выражено имплицитно. Настоящая группа включает 23 примера фильмонимов:

В первом из представленных примеров фильмонимов наблюдается эксплицитное выражение сверхъестественного *The Exorcism of Emily Rose – Шесть демонов Эмили Роуз*. В основе данного фильмони́ма лежит применение приема перифраза, что указывает на участие сверхъестественных сил в сюжете фильма и, таким образом, реализуется эмоция страха. Тот же стилистический прием выделяется и в заголовке *The Exorcist III – Изгоняющий дьявола 3: Легион*. Прием перифраза указывает на присутствие сверхъестественных сил в фильме.

Заголовок фильма *Resident Evil: Extinction – Обитель зла 3* строится на основе метафоры, что способствует созданию образности, помимо прямого указания на сверхъестественное. В основе реализации фильмони́ма *Underworld: Awakening – Другой мир: Пробуждение* также лежит метафора, которая способствует созданию выразительности. Наименование фильма *The Cat: Eyes that Sees Death – Кот: глаза, которые видят смерть* строится

при помощи приема метонимии, что способствует созданию дополнительного напряжения.

В рамках настоящей группы выделены фильмонимы, которые построены при помощи приема аллюзии. В заголовке фильма *Hell - 2016: Конец ночи* выделяется аллюзия, которая реализует эмоцию страха, поскольку данный стилистический прием строится на эксплицитном номинировании места потусторонних сил. Аллюзия в заголовке фильма *Splice - Химера* способствует созданию дополнительной интриги.

Некоторые фильмонимы характеризуются наличием оксюморона. Так, фильмоним *Ginger Snaps Back: The Beginning - Рождение оборотня* строится на основе оксюморона. Наблюдается соединение двух почти противоположных понятий - возвращение и начало. В заголовке фильма *Living Hell - Организм* оксюморон способствует созданию напряжения. Также этому способствует эксплицитное указание на потусторонние силы. Фильмоним *Zombieland - Добро пожаловать в Зомбилэнд* также строится при помощи оксюморона, поскольку зомби являются умершими существами, а авторы фильма представляют их как оживших со своим местом проживания. Данное выражение служит для реализации эмоции страха. В фильмониме *Creature of Darkness - Слуга тьмы* также реализуется стилистический прием оксюморона. Автор заголовка объединяет в одном словосочетании лексему "creature", которая обычно используется для наименования чего-то чистого, невинного, а также лексему "darkness",

которая ассоциируется с чем-то страшным, непонятным. Так создается эффект напряжения.

В следующих двух примерах фильм-именов наблюдается опущение действующего лица: *The Haunting of Molly Hartley* – *Призраки Молли Хартли* и *The Haunting* – *Призрак дома на холме*. Подобное способствует созданию напряжения, поскольку наблюдается указание на участие сверхъестественных сил.

В заголовке *Demons Never Die* – *Дети-самоубийцы* – при помощи приемов аллитерации и ассонанса создается напряженная атмосфера.

Фильмоним *The Devil Inside* – *Одержимая* строится при помощи приема эвфемизации, что способствует созданию интриги.

В представленных выше примерах сверхъестественное реализовано эксплицитно посредством лексем, составляющих ядро лексико-семантического поля *supernatural*.

В некоторых случаях авторы заголовков фильмов намеренно прибегают к довольно нейтральной номинации сверхъестественного существа, что создает интригу. Подобное наблюдается в фильм-именом *Species* – *Особь*, а также в наименованиях фильмов *The Thing* – *Нечто*, *Orphan* – *Дитя тьмы*, *Unrest* – *Восставшие*, *Anaconda III* – *Анаконда 3*.

В одном из примеров отмечается применение сокращения *Psycho* – *Психо*, что делает заголовок более кратким и лаконичным и, таким образом, более эмоциональным. Однако, напряжение возможно создать и заголовком, который представляет собой простое нераспространенное предложение *They Live* – *Чужие среди*

нас. Напряжение создается посредством опущения действующих лиц. Авторы заголовка номинируют сверхъестественные силы просто через нейтральное местоимение *they*.

Данные примеры построены посредством лексики, которая составляет периферию рассматриваемого лексико-семантического поля, таким образом, сверхъестественное имеет имплицитное выражение.

3. Поле *death*, которое в свою очередь подразделяется на три микрополя (всего 11 примеров):

а) микрополе, включающее саму лексему *death*, а также ее ассоциаты. Данная подгруппа включает 5 примеров фильмонимов:

Заголовок фильма может строиться на основе стилистического средства метафора, как в заголовке фильма *Orca, the Killer Whale – Смерть среди айсбергов*. При помощи метафоры авторы заголовка создают напряжение и интригу. Также отмечается применение приема метонимии, который также способствует созданию дополнительного напряжения *The Cat: Eyes that Sees Death – Кот: глаза, которые видят смерть*. Настоящий пример включен нами также в предыдущую группу, поскольку входит сразу в два лексико-семантических поля. В одном из примеров выделяется применение эпитета *Deadfall Trail – Смертельная ловушка*. При помощи эпитета *deadfall* фильмоним наделяется большей эмотивностью, что создает дополнительное напряжение. Один из примеров отмечается применением стилистического средства оксюморона посредством которого реализуется эмоция страха: *Dance of the Dead – Адская вечеринка*. В

заголовке фильма *Braindead* - *Живая мертвечина* отмечено применение игры слов. Лексема *braindead* служит для номинации *безмозгло* человека. Авторы заголовка применяют данное выражение, которое изначально имеет переносное значение, однако, в самом фильме приобретает прямое.

б) Микрополе, включающее лексические единицы со значением *violent death*. Настоящая подгруппа включает 4 примера фильмонимов:

В рамках заголовка *Buried Alive* - *Заживо погребенные* отмечается применение стилистического средства оксюморон, а также возможно выделить игру слов. Словосочетание *buried alive* используется обычно в переносном смысле, однако, в данном фильме приобретает прямое значение.

Фильмоним *The Texas Chainsaw Massacre* - *Техасская резня бензопилой* отмечается применением стилистического средства эпитет, при помощи которого создается сильное эмоциональное напряжение.

Заголовок фильма *Roadkill* - *Убийственная поездка* реализует эмоцию страха и создает интригу посредством емкой, однако довольно лаконичной лексемы. в фильмониме *Backwoods Bloodbath* - *Черный дух* встречается прямое указание на массовое убийство посредством лексемы *bloodbath*.

в) Микрополе, включающее лексические единицы, обозначающие мертвое тело и его части. В рамках данной подгруппы выделено всего 2 примера фильмонимов:

Оба примера характеризуются применением приема оксюморон. В фильмониме *The Dead Matter* - *Мертвая плоть* при помощи соединения эмоционально окрашенной лексемы *dead* и нейтральной лексемы *matter* создается выразительность и напряжение. В заголовке фильма *I Sell the Dead* - *Продавец мертвых* наблюдается совмещение несовместимого, что также указывает на применение стилистического средства оксюморон. Таким образом, фильмоним становится ярким и захватывающим.

Помимо фильмонимов, которые включены в представленную классификацию в качестве примеров встретились и такие фильмонимы, которые не содержат лексических единиц, включенных в представленные лексико-семантические поля. Однако, возможно представить данные фильмонимы как те, которые включают лексические средства, номинирующие предметы и объекты, способствующие появлению страха, ужаса или испуга. Так, в наименовании фильма *Salem's lot* выделяется лексема *lot*"(рус. *жребий*), которая вызывает у потенциального зрителя чувство беспокойства и некоторого испуга. Подобное наблюдается в названиях *Shutter*, *Choose*, *War Games: At the End of the Day* (прямое указание на окончание чего-то), *Beyond Re-Animator*, *The Untruder*, *Prowl*, *Shutter*, *Gone*, *Detention*, *Salvage*, *Splintered*. Данные фильмонимы, в основном, представлены одной лексической единицей, что делает самым фильмоним кратким, лаконичным, таким образом создается интрига и попытка внушения чувства страха.

В фильмониме *Wolf creek* есть указание на место событий, которое изначально представляется тайным и неизведанным. Название фильма *Stephen King's Rose Red* включает имя наиболее известного писателя в жанре «хоррор», поэтому потенциальный зритель может понять в каком жанре снят фильм с соответствующим названием.

Два из выделенных фильмонимов содержат в себе устойчивые выражения – *Black Sheep* и *Stag night*, которые также создают некую интригу.

Отметим также, что 38 из отобранных в рамках настоящего исследования фильмонимов имеют структуру одного слова. Т.е., половина примеров имеет лаконичную и краткую структуру. Подобные характеристики фильмонима способствуют его запоминанию, наделяют его экспрессией и выразительностью. Всего 6 фильмонимов из восьмидесяти обладают структурой предложения. Остальные примеры имеют структуру словосочетания. Таким образом, можно говорить о том, что наименования фильмов ужасов зачастую строятся посредством простых синтаксических структур – слов или словосочетаний.

В рамках теоретической главы настоящей работы были представлены классификации фильмонимов согласно когнитивно-тематическому (классификация Л.Г. Бабенко) и конструктивному принципам (классификация Ю.Н. Подымовой). Основываясь на данных классификациях отобранный материал распределяется по следующим выделенным группам:

1. Фильмонимы, номинирующие место события (всего 10 фильмонимов): *House of Wax, Madhouse, Resident Evil:*

Extinction, Wolf Creek, Underworld: Awakening, Deadfall Trail, Hell, Stake Land, Stephen King's Rose Red, Zombieland.

2. Фильмонимы, указывающие на пространство, в котором происходят действия в фильме (всего 7 фильмонимов): *Shark Night 3D, Beyond Re-Animator, Event Horizon, The Dark, Living Hell, Below, Stag Night.*

3. Фильмонимы, указывающие на действующее лицо в фильме (всего 21 фильмоним): *Orca, the Killer Whale, Anaconda III, The Dead Matter, The Innkeepers, Species, The Frighteners, The Exorcist III, The Thing, Orphan, The Cat: Eyes that Sees Death, Beyond Re-Animator, Splice, Dr. Giggles, Black Sheep, Roadkill, The Haunting, Doctor Sleep, The Intruder, The Resident, Creature of Darkness.*

4. Фильмонимы, в которых указывается тематический состав фильма, его проблематика (всего 12 примеров): *Buried Alive, Salem's lot, Resident Evil: Extinction, Gone, Choose, Panic Button, The Haunting of Molly Hartley, The Exorcism of Emily Rose, They Live, Glass Trap, Salvage, Detention.*

5. Фильмонимы, которые несут в себе некое символическое значение (всего 19 примеров): *Insidious, Hush, FeardotCom, Tell-Tale, The Abandoned, Shutter, Ravenous, The Covenant, Cursed, Burning Bright, Psycho, Godsend, The Skeleton Key, Braindead, Unrest, Mandrake, Rubber, Prowl, Splintered.*

6. Фильмонимы, в основе которых лежит сюжетная перспектива фильма (всего 13 примеров): *The Texas Chainsaw Massacre, Demons Never Die, The Devil Inside, Backwoods Bloodbath, Sleepover Nightmare, War Games: At the End of the Day, I Sell the Dead, The Cat: Eyes that Sees Death, Somebody*

Help Me, Ginger Snaps Back: The Beginning, Dance of the Dead, Tremors 4: The Legend Begins, Joy Ride.

Представленная классификация показывает, что чаще всего фильмоним указывает на действующее лицо фильма (21 фильмоним), чуть менее продуктивной явилась группа, включающая фильмонимы, которые несут в себе некоторое символическое значение (19 примеров). Следующими по продуктивности явились группа, которые включают фильмонимы, содержащие в себе вербализацию сюжетной перспективы фильма (13 примеров) и фильмонимы, в которых отражается проблематика фильма (12 примеров). Наименее продуктивными оказались группы, в которых фильмонимы указывают место происходящих в фильме событий (10 примеров), а также на пространство (7 примеров).

2.2 Особенности перевода наименований фильмов ужасов на русский язык

В современной теории перевода используется термин «локализация», который номинирует процесс адаптации иностранного продукта для носителей другого языка и, соответственно, другой культуры. Фильмонимы особенно требуют адаптации к особенностям зрительской аудитории, поскольку представляют собой рекламный продукт.

Одной из функций заголовка является сокращение текста до одной короткой, но емкой фразы. Помимо этого, заголовки содержат информацию о жанровой принадлежности фильма, подводит к содержанию.

При переводе названий кинофильмов необходимо учитывать функционально-стилистические особенности стиля

в целом и каждого подстиля в отдельности. Название должно выражать основу сюжета картины, привлекать внимание зрителя. Л.Б. Бойко выделяет четыре основных способа передачи названий [9]:

1) аутентичное воспроизведение (передача названия в том же виде, в каком он существовал в языке оригинала): *Anasconda III* – *Анаконда 3*.

2) полноэквивалентный перевод: *Buried Alive* – *Похороненные заживо*; *Panic Button* – *Тревожная кнопка*; *Hell* – *Ад*; *Splice* – *Химера*; *The Dark* – *Тьма*; *Deadfall Trail* – *Смертельная ловушка*.

3) частично эквивалентный перевод: *Wolf Creek* – *Волчья яма* (замена исходной лексемы *creek* на переводной вариант «яма»); *The Dead Matter* – *Мертвая плоть* (конкретизация лексемы *matter*); *War Games: At the End of the Day* – *Военные игры* (добавление части названия); *I Sell the Dead* – *Продавец мертвых* (замена глагольной формы на субстантивную).

4) полная замена одного заголовка на другой при переводе с языка оригинала на переводной язык: *They Live* – *Чужие среди нас*; *Godsend* – *Другой*; *Somebody Help Me* – *Дожить до рассвета*.

Таким образом, аутентичное воспроизведение названий, как правило, используется при переводе антропонимов, топонимов и заимствований из других языков. Частично эквивалентный перевод подразумевает любые грамматические и лексические замены, перестановки, добавления или опущения, объясняемые системными языковыми несоответствиями, структурными требованиями, а также индивидуальным стилем переводчика. Что касается

полной замены заголовка и полноэквивалентного перевода, то это одни из самых распространённых способов перевода названий фильмов, а их использование часто зависит от индивидуального стиля и предпочтений переводчика.

Е.Ж. Бальжинимаева выделяет три основные стратегии перевода заглавий фильмов [7]:

1. Прямой перевод. Такой стратегии адаптации, со слов автора, подвергаются те фильмонимы, которые представляют собой культурные, этнографические и другие специфические компоненты, признаваемые непереводаемыми.

2. Трансформация названия. Согласно исследователю, использование переводческих трансформаций при передаче наименования кинофильма вызвано несколькими факторами. Зачастую переводчик прибегает к добавлению или экспликации наименования, путем ввода в сам фильмоним некоторых ключевых слов, что служит для компенсации смысловой или эмоциональной потери при применении дословного перевода. Применение стратегии частичной трансформации названия также несет на себе рекламную функцию;

3. Замена названий фильмов. Перед переводчиком стоит ряд требований, одно из которых включает сохранение семантико-структурного соответствия исходного текста и переводного текста, другое же говорит о необходимости сохранения коммуникативно-функциональных свойств исходного текста при его переводе. Несмотря на указанные требования, существует множество случаев полного изменения названий фильмов при переводе.

Некоторые фильмoнимы в силу различий культур исходного и переводного языков требуют жанровой и смысловой адаптаций при переводе с целью сохранения и передачи их прагматической и прогностической функций. Адаптации такого рода требуют расширения исходного названия для того, чтобы дать зрителю информацию о жанре фильма, предоставить возможность предвидеть возможный его сюжет. В таких случаях возможно говорить о жанровой и смысловой адаптации фильмoнима.

Жанровая адаптация требует добавления некоторых уточняющих или поясняющих элементов для того, чтобы потенциальный зритель имел возможности отнести фильм к определенному жанру. Таким образом, при выполнении перевода переводчик прибегает к лексическим единицам, которые связывают название фильма с его жанром.

Смысловая адаптация заключается в добавлении лексических единиц для того, чтобы компенсировать смысловой или сюжетный недостаток, который возможен при дословном переводе.

Инструментами жанровой и смысловой адаптаций являются приемы добавления и замены.

Адаптация характеризуется как способ, который позволяет исходному заголовку приспособиться к культуре языка перевода. При применении лингвокультурной адаптации заголовков в переводе должен восприниматься носителями культуры переводного языка как оригинал.

В данной работе мы будем придерживаться стратегий форенизации и доместикации, предложенных Л. Венути. В рамках каждой из указанных стратегий рассмотрим

особенности передачи каждого из выделенных наименований фильмов ужасов.

2.2.1 Стратегия форенизации

Стратегия форенизации реализуется посредством различных переводческих приемов, в основе которых лежит сохранение первоначальной языковой единицы: 1) передача языковой единицы средствами другого языка (транскрипция/транслитерация); 2) синтаксическое уподобление; 3) сохранение языковой формы с лексическим расширением. При помощи стратегии форенизации передается 17 фильмонимов из выделенных 84. Рассмотрим отобранные примеры.

При переводе первого из рассматриваемых фильмонимов *Buried Alive – Заживо погребенные* переводчик прибегает к приему калькирования, однако, использует также прием инверсии с целью большего эмоционального воздействия на потенциальных зрителей. Стоит отметить, что прием калькирования в рамках стратегии форенизации встречается довольно часто. Так, прием калькирования применяется переводчиком и при переводе заголовка *The Texas Chainsaw Massacre – Техасская резня бензопилой*. Также при передаче данного фильмонима на русский язык отмечается применение приема перестановки членов предложения. Подобное происходит в силу различия структуры исходного и переводного языков. Перевод фильмонима *FearDotCom – Страх.com* выполнен также при помощи приема калькирования, однако, переводчик прибегает к замене исходной лексемы “dot” графической «точкой». Вероятно,

подобное возможно объяснить тем, что в русском языке никогда не прописывают графический знак препинания словами при наименовании адреса интернет-сайта. При переводе фильмонима *The Cat: Eyes that Sees Death* – «*Кот: глаза, которые видят смерть*» переводчик также прибегает к приему калькирования, сохраняя и синтаксическую структуру исходного предложения, что говорит о применении также приема синтаксического уподобления. Переводчик использует прием калькирования при переводе фильмонима *Dark* - *Тьма*, прибегая, таким образом, к применению стратегии форенизации. Перевод заголовка *Steel trap* - *Стальная ловушка* выполнен также при помощи приема калькирования.

Реализация стратегии форенизации помимо применения приема калькирования характеризуется также применением приемов транскрипции и транслитерации, которые зачастую используются наряду с некоторыми другими переводческими трансформациями. При переводе фильмонима *Psycho* - *Психо* переводчик прибегает к приемам транслитерации и транскрипции, сохраняя исходное название. В русском языке нет слова «психо», однако, стоит отметить, что подобный перевод заголовка придает фильму некоторую таинственность и, таким образом, слегка приоткрывая суть фильма, привлекает внимание потенциального зрителя.

Анализ перевода фильмонима *The Haunting of Molly Hartley* - «*Призраки Молли Хартли*» показывает, что переводчик прибегает к применению сразу двух стратегий, поскольку имя собственное передается при помощи приема транскрипции, однако первая часть фильмонима

подвергается лексической и грамматической замене. Лексема *haunting* на русский язык переводится как «преследование», при переводе фильмонима переводчик прибегает к варианту «призраки» (изменяя число существительного).

Аналогично предыдущему примеру, в случае с переводом фильмонима *Zombieland* – *Добро пожаловать в Зомбилэнд* переводчик также использует две стратегии, передавая *Zombieland* посредством транскрипции, однако, также применяя прием добавления. Переводчик расширяет фильмоним при помощи дополнительной информации о содержании фильма.

В ходе анализа отобранных примеров выделяются те заголовки, под которыми в разные годы выпускались разные фильмы. Так под заголовком *Hush* выходят фильмы в 2008 году и в 2016 году. В первый раз на русский язык фильмоним был переведен как *Шепот дороги ужасов*. Очевидно, что при передаче фильмонима на русский язык переводчик прибегнул к стратегии доместикации и полностью трансформировал название фильма, дополнив заголовок информацией о самом фильме. В связи с этим, данный пример будет рассмотрен в рамках следующей подглавы. Что касается перевода 2016 года, то в данном случае переводчик прибегает к стратегии форенизации (*Тишина* (2016 г.) и пользуется приемом калькирования.

Также под наименованием *Shutter* выходит фильм в 2004 г. и в русском прокате он известен в переводе *Затвор* (2004 г.). В данном случае заголовок фильма передан при помощи калькирования, что является ярким примером применения

стратегии форенизации. В 2008 г. фильм с аналогичным англоязычным названием в русском прокате появляется под названием *Фантомы*, что является примером применения приема смысловой замены и, таким образом, говорит о применении переводчиком стратегии доместикации. Данный пример также будет описан в рамках подглавы, в которой рассматриваются примеры с применением стратегии доместикации.

Фильм под названием *Cursed* выпускается в 2005 г. и в 2020 г. (сериал). Фильм 2005 года переводится в русском прокате как *Оборотни* (2005 г.), что говорит о применении переводчиком стратегии доместикации, которая достигается посредством приема лексической замены. Фильм 2020 года переводится на русский язык как *Проклятая*, что представляется собой применение переводчиком стратегии форенизации, поскольку при переводе фильмонима переводчик прибегает к приему калькирования.

Фильм с одинаковым названием *Doctor Sleep* вышел в прокат в 2002 году и в 2019 году. В первый раз данный фильмоним переводится при помощи приема смысловой замены - *Под гипнозом*. Таким образом, переводчик прибегает к стратегии доместикации. Вариант перевода *Доктор Сон* от 2019 года переводится при помощи приема калькирования, т.е. с применением стратегии форенизации.

Исходная единица, лежащая в основе наименования фильма *Species* - *Особь* имеет в английском языке несколько значений (вид, род, особь). Переводчик подбирает тот вариант, который будет обладать наиболее сильным воздействием на зрителя.

При переводе фильмонима *War Games: At the End of the Day* – *Военные игры* используется прием опущения. Вероятно, переводчик прибегает к данному приему для того, чтобы сделать исходное название более лаконичным, что придает фильмониму большую выразительность.

Отмечено также несколько примеров, в которых встречается применение сразу двух стратегий. Так, при переводе фильмонима *Salem's lot* – *Участь Салема* можно отметить применение приема транслитерации при переводе имени собственного. Однако, также переводчик прибегает к приему замены, заменяя исходную лексему той лексемой, которая является более подходящей для носителей языка перевода. В данном случае можно говорить о том, что при переводе данного фильмонима переводчик не прибегает однозначно ни к одной из рассматриваемых стратегий, поскольку одна из составляющих фильмонима подвергается форенизации, а другая доместикации. Подобное наблюдается и при переводе фильмонима *Beyond Re-Animator* – *Возвращение реаниматора*. Переводчик использует сразу обе стратегии, поскольку первая часть наименования подвергается лексической замене, а вторая подвергается транслитерации.

Анализ отобранных примеров в рамках применения стратегии форенизации показал, что применение данной стратегии при переводе заголовков фильмов ужасов не представляется частотным. Из отобранных для рассмотрения 84 фильмонимов лишь 17 передаются при помощи указанной стратегии, что представляет собой 21% от общего числа отобранных примеров.

Стратегия форенизации реализуется, в основном, посредством приема калькирования, который реализуется в 11 случаях. Значительно реже отмечено применение приемов транскрипции и транслитерации, которые встречаются трижды. Остальные переводческие приемы реализуются каждый по одному разу. Среди таких приемов отмечаются синтаксическое уподобление, перестановка членов предложения, прием опущения (Диаграмма 1). Стоит отметить, что в четырех из рассмотренных примеров наблюдается применение двух стратегий одновременно.

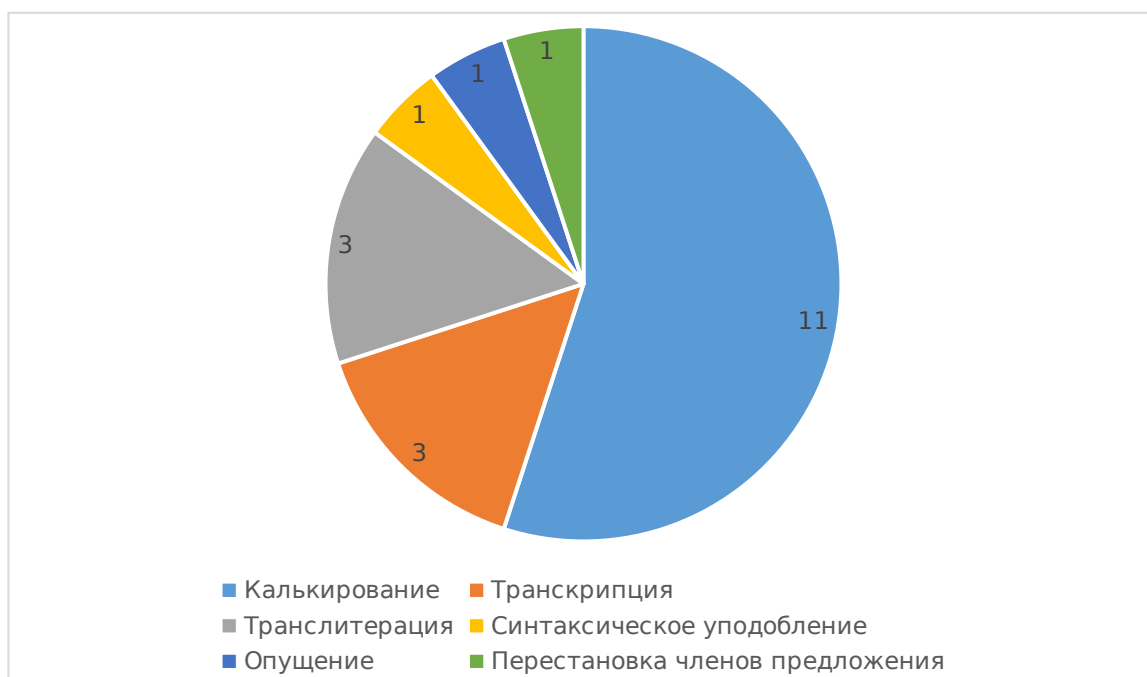


Диаграмма 1 – Приемы реализации стратегии форенизации.

2.2.2 Стратегия доместикации

Стратегия доместикации реализуется посредством различных переводческих приемов, к которым мы относим следующие: 1) опущение слов или словосочетаний; 2) лексические замены; 3) конкретизация и генерализация; 4)

модуляция; 5) целостное преобразование. При помощи стратегии доместикации переводится большая часть отобранных для анализа фильмонимов - 67 из 80 выделенных примеров.

Довольно часто при переводе заголовков фильмов ужасов с применением стратегии доместикации переводчик прибегает к применению приема лексической замены. Так, при переводе фильмонима *The Exorcism of Emily Rose* - *Шесть демонов Эмили Роуз* переводчик прибегает к данному приему. Лексема *exorcism* имеет значение «изгнание нечистой силы». Переводчик же конкретизирует нечистую силу до демонов, а также называет их количество. Вероятно, подобные изменения вносятся для более сильного воздействия на потенциального зрителя. Применение приема лексической замены наблюдается и при переводе заголовка *House of Wax* - *Музей восковых фигур*. Переводчик заменяет лексему *house* на «музей», а вторую лексему “*wax*” на словосочетание «восковые фигуры». Сочетание «музей восковых фигур» вызывает множество ассоциаций у русскоязычным зрителям, вероятно именно поэтому переводчик прибегает к таким заменам, с целью приблизить наименование к носителям русского языка.

В переводе фильмонима *Resident Evil: Extinction* - *Обитель зла 3* наблюдается замена исходной лексемы *resident*, которая указывает на субъект действия, на лексему «обитель», которая указывает на место действия. Также при переводе отмечается применение приема опущения - опускается пояснительная часть фильмонима - *extinction*. Возможно, подобное опущение сделано с целью скрыть часть

названия для придания наименованию фильма большей интриги.

Переводчик передает фильмоним *Wolf Creek* – *Волчья яма* на русский язык, используя также прием лексической замены. Так, лексема *creek* имеет значение «устье», однако, в русском языке в своем исходном значении данная лексема не сочетается с волками. Поэтому замена переводчика представляется крайне уместной.

При переводе фильмонима *Insidious* – *Астрал* применяемый переводчиком прием замены представляется довольно удачным, поскольку переводной вариант лучше отражает смысл и суть фильма, нежели русское значение исходной лексемы *insidious* («хитрый»).

Переводчик применяет прием замены первой части наименования при переводе заголовка *Underworld: Awakening* – *Другой мир: Пробуждение*. Подобное представляется вполне удачным вариантом, поскольку словосочетание «другой мир» наиболее точно описывает суть фильма, в котором идет речь о мире вампиров и оборотней.

Наблюдается применение приема лексической замены второго компонента словосочетания, составляющего фильмоним *The Dead Matter* – *Мертвая плоть*. Лексема *matter* передается как «плоть», что способствует стилизации фильмонима, таким образом, наименование становится более выразительным и потенциальный зритель понимает, что речь идет о фильме ужасов.

При переводе фильмонима *Sleepover Nightmare* – *Пробуждение кошмара* первый компонент фильмонима подвергается лексической замене, второй же компонент

передается при помощи приема генерализации («ночной кошмар» передается как «кошмар»).

В русском языке нет субстантивного аналога англоязычной лексеме “frighteners”, поэтому переводчик прибегает к лексической замене «страшилы» при переводе заголовка *The Frighteners* – *Страшилы*. Подобное представляется довольно удачным вариантом, поскольку данный вариант хорошо знаком русскоязычному зрителю и близок его картине мира.

В русском прокате фильм *The Thing* – *Нечто* выходит под названием, которое передано при помощи лексической замены. Подобная замена представляется удачной, поскольку фильм с таким названием больше соответствует жанровой составляющей фильма, нежели фильм под названием «Вещь». Таким образом, переводчик при помощи стратегии доместикации добивается жанровой адаптации при переводе.

Переводной вариант фильмонима *Orphan* – *Дитя тьмы* также оформлен при помощи приема лексической замены. Полученный вариант больше соответствует жанру ужасов, так, переводчик следует жанровой адаптации заголовка.

Фильм под названием *Splintered* выходит в прокат в 2008 г. и в 2010 г. В первый раз заголовок данного фильма переводится как *Заноза*, что представляет собой пример лексической и смысловой замены. В 2010 г. фильм с одноименным названием в российском прокате появляется под заголовком *Раздвоение*. Однако, в сети интернет данный фильм также можно найти под заголовком *Разлад*. Вариант перевода 2010 г. представляется более приближенным к

оригинальному названию, однако, также возможно наблюдать применение приема лексической замены.

При переводе фильмонима *Splice - Химера* переводчик, вероятно, переводчик прибегает к приему лексической замены для того, чтобы обеспечить желаемое воздействие на зрителя. Таким образом, происходит жанровая адаптация заголовка фильма.

Перевод заголовка *Godsend - Другой* также характеризуется применением приема лексической и смысловой замены. Оригинальное название в русском языке имеет значение «счастье». Подобный заголовок никак не отражает жанровую принадлежность фильма. В связи с этим, переводческое решение представляется довольно удачным.

Несмотря на лексическую замену, при помощи которой передается исходное название на русский язык, семантика англоязычного фильмонима *The Skeleton Key - Ключ от всех дверей* полностью сохраняется. Можно говорить о том, что переводчик использует синоним при переводе. Однако, прямое значение английского варианта, которое звучит как «отмычка», имеет специфическую стилистику в языке перевода. Вероятно, поэтому переводчик прибегает к указанной трансформации.

При переводе фильмонима *Below - Глубина* используется прием лексической и смысловой замены. Переводной вариант содержит некоторую информацию о сюжете фильма, а также сохраняется жанровая окраска кинокартины.

Для передачи наименования фильма *Unrest - Восставшие* также используется прием лексической замены. Вместо нейтрально стилизованного «Беспокойные»

переводчик прибегает к более интригующему названию «Восставшие», что производит на потенциального зрителя дополнительное впечатление.

Лексема, которая служит заголовком фильма *Roadkill* – *Убийственная поездка*, в английском языке номинирует животных, которых сбил автомобиль. Благодаря приему лексической и смысловой замены, зрители понимают, что в фильме речь идет не о животных, а о людях.

Перевод заголовка *Prowl* – *Добыча*, выполненный посредством приема лексической и смысловой замены, отражает сюжетное содержание кинокартины.

Фильмоним *The Resident* – *Ловушка* при переводе подвергается лексической замене. Подобное представляется довольно удачным решением, поскольку заголовку добавляется дополнительная интрига и, таким образом, проводится его жанровая адаптация.

Фильм с одинаковым названием *Salvage* выходит на экраны в 2006 г. и в 2009 г. (*Вторсырье* (2006 г.) – *Контейнер* (2009 г.)). Оба раза переводчики прибегают к применению приема лексической и смысловой замены, поскольку переводные варианты характеризуются сильным отклонением от оригинала. Отметим, что вариант перевода *Контейнер* представляется вполне логичным, поскольку отражает причину происходящих в фильме событий. Вариант перевода *Вторсырье* довольно трудно объяснить, поскольку в русскоязычном варианте не прослеживается связь с сюжетом кинокартины. Также вариант перевода не кажется более эмотивным, нежели дословный вариант «спасение».

Фильм с одинаковым названием *Doctor Sleep* вышел в прокат в 2002 году (*Под гипнозом*) и в 2019 году (*Доктор Сон*). В первый раз данный фильмним переводится при помощи приема замены. Таким образом, переводчик прибегает к стратегии доместикации.

Переводчик прибегает к частичной лексической замене при переводе фильмнима *Glass Trap* - *Стеклянный муравейник*, передавая второй компонент названия как «муравейник». Данная замена отражает сюжетную линию фильма.

При переводе первой части заголовка *Tremors 4: The Legend Begins* - *Дрожь земли 4: Легенда начинается* переводчик прибегает к приему лексической замены. Скорее всего, данный прием используется, чтобы придать заголовку фильма более устрашающий характер. Так, дословный перевод словосочетания *tremors* - это «толчки». Однако, такой вариант представляется нейтральным, в то время как получившийся в результате трансформаций вариант «дрожь земли» больше соответствует жанру фильма.

Прием лексической замены в некоторых случаях применяется переводчиками совместно с приемом грамматической замены. Подобное встречается при переводе следующих фильмнимов. Так, при переводе заголовка *I Sell the Dead* - *Продавец мертвых* переводчик прибегает как к лексическим, так и к грамматическим трансформациям. Наблюдается опущение местоимения “I”, а глагол *sell* передается существительным «продавец». Таким образом семантика исходного наименования сохраняется, однако,

переводной вариант представляется более простым для восприятия русскоязычным зрителем.

При переводе фильмонима *Shark Night 3D - Челюсти 3D* переводчик прибегает к приему лексической и грамматической замены. Исходное словосочетание заменяется одной лексемой. В переводном варианте фильмоним представляется лаконичным и интригующим.

Оригинальный фильмоним *Living Hell - Организм* передается переводчиком на русский язык также при помощи приема лексической замены. Отмечается применение и грамматической трансформации – словосочетание переводится лексемой. Более лаконичное название создает большую интригу и, в целом, семантика англоязычного заголовка сохраняется.

Перевод фильмонима *Braindead - Живая мертвечина* передается на русский язык также при помощи лексической и грамматической замены. Англоязычное сложное слово передается на русский язык словосочетанием. Нейтральное прилагательное *dead* заменяется на существительное с характерной стилистической окраской «мертвечина». Также существительное *brain* подвергается лексической замене и передается в переводе как «живой». Переводной вариант представляется довольно удачным, поскольку является крайне эмоциональным и определенно воздействует на потенциального зрителя. Также в заголовке передается жанровая характеристика фильма.

При переводе фильмонима *The Intruder - Незванный гость* переводчик прибегает к приему лексической и

грамматической замены. Таким образом наименование фильма приближено к потенциальному зрителю.

Перевод заголовка *Detention* – *Урок выживания* характеризуется применением приемов лексической и грамматической замены. Так, полностью меняется лексическая и семантическая составляющая заголовка, а также вариант перевода представляет собой словосочетание, в отличие от оригинала, где оно представлено одной лексемой. Подобные замены оправданы, поскольку в варианте перевода переводчик отражает сюжетную линию фильма, тем самым реализуя жанровую адаптацию.

Прием лексической трансформации используется переводчиками совместно и с некоторыми другими переводческими приемами. В переводе фильмоним *Joy Ride* – *Ничего себе поездочка* приобретает оттенок некоторой иронии при помощи применения приемов лексической замены и модуляции.

Перевод фильмонима *Dance of the Dead* – *Адская вечеринка* выполнен при помощи приема замены и генерализации. Так, лексема *dance* генерализируется до «вечеринка», а словосочетание *of the dead* заменяется на прилагательное «адская». Можно сказать, что семантика исходного заглавия сохраняется. Возможно, переводчик прибегает к применению указанных приемов с целью воздействия на потенциальных зрителей.

Первый компонент словосочетания, составляющего фильмоним *Stake Land* – *Земля вампиров*, передается при помощи приема калькирования, однако, второй компонент подвергается лексической замене. Благодаря применению

указанного приема происходит дополнительное воздействие на потенциального зрителя, фильмом получает дополнительную эмоциональность, также переводчик подвергает фильмом жанровой адаптации.

Фильм с названием *Gone* выходит в прокат в 2012 г. (*Игра на выживание*) и в 2014 г. (*Исчезнувшая*). Оба раза переводчик прибегает к замене названия, тем самым приоткрывая потенциальному зрителю сюжеты фильмов. в первом случае наблюдается применение приема целостного преобразования, во втором случае применяется прием смысловой замены.

Довольно часто встречается применение переводчиками приема целостного преобразования. Рассмотрим те примеры перевода заголовков фильмов ужасов, которые выполнены при помощи приема целостного преобразования.

В исходном варианте в названии фильма *Orca, the Killer Whale* - *Смерть среди айсбергов* указывается на субъект действий, в переводе же данная субъектность никак не передана. Можно говорить о том, что причина, которая отражена в оригинальном названии, заменяется на следствие в переводе. Появляется также дополнение в виде указания места происходящих в фильме событий. Таким образом, очевидно, что переводчик использует прием целостного преобразования.

Фильмом *Demons Never Die* - *Дети-самоубийцы* также характеризуется применением приема целостного преобразования. В русском варианте название отражает суть фильма и дает потенциальному зрителю понимание того, о ком пойдет речь в самом фильме.

Переводчик прибегает к приему целостного преобразования при передаче фильмонима *Backwoods Bloodbath* – *Черный дух* на русский язык. Вариант перевода представляется менее интригующим.

Фильмоним *Hell* – *2016: Конец ночи* при переводе также подвергается целостному преобразованию. Переводчик делает переводной фильмоним более развернутым, чем оригинальный вариант. Тем самым в варианте перевода предлагает зрителю представление о кинокартине.

Вариант перевода фильмонима *Somebody Help Me* – *Дожить до рассвета* представляется довольно удачным, поскольку производит сильное эмоциональное воздействие на потенциального зрителя. При переводе используется прием целостного преобразования с сохранением жанровой адаптации.

Фильмоним *Burning Bright* – *Во власти тигра* также подвергается целостному преобразованию. Однако, переводчику удастся передать сюжет фильма, потому как одним из главных действующих лиц является тигр.

Англоязычный фильмоним *Ginger Snaps Back: The Beginning* при переводе подвергается целостному преобразованию – *Рождение оборотня*. В оригинальном заголовке указывается имя девушки, в переводном варианте переводчик уходит от сохранения иноязычного имени, которое ни о чем не скажет русскоязычному зрителю. В фильме действительно речь идет об оборотнях, поэтому использование лексемы «оборотень» представляется вполне оправданным. Также отметим, что синтаксически оригинальное название состоит из двух частей, в русском

переводе наблюдается изменение синтаксической конструкции. Помимо указанных приемом переводчик прибегает к применению приема конкретизации (*beginning* – «рождение»).

Англоязычный фильм *They Live* при переводе подвергается целостному преобразованию – *Чужие среди нас*. Вероятно, переводчик прибегает к такому приему для достижения определенного воздействия на зрителя.

При передаче фильмонима *Stag Night – Поезд дальше не идет* переводчик прибегает к приему целостного преобразования. В варианте перевода переводчик отражает сюжет фильма, полностью нивелируя оригинальное наименование картины. Так в переводе заголовок фильма обладает большей интригой, нежели при дословном его переводе («холостяцкая вечеринка»).

При переводе фильмонима *The Haunting – Призрак дома на холме* переводчик также прибегает к приему целостного преобразования. Так, в заголовке появляется информация о месте, в котором происходят события в фильме.

Перевод наименования фильма *Creature of Darkness – Слуга тьмы*, выполненный при помощи приема целостного преобразования, адаптирован под русскоязычного зрителя. Заголовок *Слуга тьмы* представляется более привычным и, помимо этого, более выразительным, нежели дословный вариант «существо тьмы».

В качестве заголовка фильма *Mandrake – Из-под земли* используется лексема “mandrake”, которая в русском языке обозначает растение «мандрагора», имеющее длинные корни, глубоко уходящие в землю. Очевидно, что переводчик

при передаче данного фильмонима прибегает к применению приема целостного преобразования. Исходный вариант, выраженный одной лексемой, в варианте перевода передается словосочетанием, которое отражает сюжет фильма, однако, не имеет общей семантики с оригинальным наименованием.

Менее частотными явились такие переводческие трансформации, как модуляция, опущение, добавление, генерализация и конкретизация. Рассмотрим примеры, которые передаются при помощи указанных трансформаций.

Лексема, составляющая оригинальное название фильма *Tell-Tale - Обличитель*, имеет в русском языке значение «доносчик». Однако, подобного рода заголовок стилистически не подходит для номинации фильма ужасов, возможно, поэтому переводчик прибегает к более подходящей лексической замене, тем самым модулируя исходное наименование. Таким образом, можно говорить также и о применении приема модуляции при переводе данного фильмонима.

Прием модуляции используется переводчиком и при переводе фильмонима *Madhouse - Дом страха*. Возможно, переводчик прибегает к такому приему, потому как наименование *Дом страха* полностью передает суть и содержание фильма.

При переводе фильмонима *Panic Button - Тревожная кнопка* переводчик использует устоявшееся в русском языке клише из области пожарной безопасности. Таким образом, переводчик прибегает к применению приема модуляции и

несколько адаптирует наименование фильма под культуру языка перевода.

В русском прокате фильм *Shutter* появляется под названием *Фантомы*, что является примером применения приема модуляции и, таким образом, говорит о применении переводчиком стратегии доместикации.

При переводе фильмонима *Anaconda III - Анаконда 3: цена эксперимента* переводчик прибегает к добавлению целого словосочетания. Таким образом потенциальный зритель получает больше информации о том, что происходит в самом фильме.

При переводе заголовка *The Abandoned - Зброшенний дом* переводчик прибегает к приему добавления и, таким образом, конкретизирует сам фильмоним. В переводе *Зброшенний дом* сразу понятно о каком «зброшенном» объекте идет речь в фильме.

При переводе фильмонима *The Covenant - Сделка с дьяволом* переводчик добавляет информацию о фильме в сам фильмоним, возможно, с целью проведения жанровой адаптации, чтобы таким образом сделать фильм более понятным потенциальному зрителю.

Прием добавления иногда применяется совместно с другими переводческими трансформациями. Так, при передаче заголовка *The Exorcist III - Изгоняющий дьявола 3: Легион* переводчик прибегает к приему калькирования и добавления. Исходную лексему переводчик калькирует, однако, пользуется распространенным в последнее время приемом при передаче фильмонимов – добавление второй части к названию фильма. Таким образом поясняется сюжет

кинофильма. Возможно, вносится некоторая дополнительная интрига.

С целью конкретизации заголовка фильма *Choose - Выбор киллера* и добавления в него информации о фильме, переводчик прибегает к приему лексического добавления.

Противоположный приему добавления прием опущения встречается при переводе фильмонима *The Devil Inside - Одержимая*. Переводчик опускает детали, содержащиеся в исходном наименовании, и заменяет иноязычное словосочетание одной лексемой, совмещающей в себе семантику исходного наименования и суть фильма. Переводчик несколько смягчает иноязычный фильмоним, однако, передает исходный замысел.

При переводе фильмонима *Deadfall Trail - Смертельная ловушка* наблюдается также применение приема опущения, поскольку сама лексема *deadfall* означает «смертельная ловушка». Вторая исходная лексема при переводе опускается, поскольку представляется переводчику избыточной.

Заголовок *Deadfall Trail - Смертельная ловушка* передан при помощи приема лексического опущения и, таким образом, убирает из заголовка лишнюю, по его мнению, информацию. Вероятно, подобное оправдано тем, что в имеющемся варианте фильмоним является более лаконичным и ярким.

В следующем примере при переводе заголовка фильма *The Innkeepers - Тайны старого отеля* применяются два приема - добавления и опущения. Переводчик трансформирует лексему, которая представляет собой

наименование фильма. Добавляется определение к лексеме *inn* («старый отель»), а также опускается вторая часть исходной лексемы *keepers*. Помимо этого, наблюдается добавление лексемы «тайны». Таким образом, переводчик практически полностью трансформирует исходное заглавие.

При переводе фильмонима *Stephen King's Rose Red* – *Особняк «Красная Роза»* переводчик прибегает к использованию трансформаций опущения и конкретизации. Опускается имя собственное известного писателя и сценариста. Однако, название дополняется пояснением в виде лексемы «особняк», таким образом, конкретизируется название *Красная Роза*. Потенциальный зритель получает дополнительную информацию о месте событий.

В случае передачи фильмонима *Ravenous* – *Людоед* переводчик прибегает к приему генерализации, сохраняя отсылку на сюжет кинокартины. В фильме речь идет о каннибализме, поэтому русскоязычный вариант заголовка представляется довольно удачным. Сохраняется отсылка к сюжету, лаконичность, эмоциональность фильмонима, а также в нем отражается жанровая принадлежность фильма.

Фильмоним *Dr. Giggles* – *Хихикающий доктор* передается при помощи стратегии донотации с применением приема грамматической замены. Так, имя собственное в оригинале трансформируется в описательное прилагательное. Таким образом переводчик адаптирует название под русскоязычного зрителя, сохраняя семантику оригинала.

В некоторых случаях переводчик полностью трансформирует исходное название фильма. Так, очевидно,

что при передаче фильмонима *Hush – Шепот дороги ужасов* на русский язык переводчик прибегнул к стратегии доместикации и полностью трансформировал название фильма, дополнив заголовок информацией о самом фильме.

Оригинальное название фильма *Event Horizon – Сквозь горизонт* представляет собой фразеологическую единицу и в фильме служит названием космического корабля. Однако, при переводе семантика наименования не сохраняется, переводчик создает совершенно новое название, которое не отражает ни суть фильма, ни заложенную в исходном названии мысль.

Фильмоним в английском варианте *Black Sheep – Паршивая овца* выражен фразеологической единицей. Переводчику удается подобрать схожий по смыслу фразеологизм и сохранить семантику исходного фильмонима. В качестве аналога англоязычного фразеологизма возможно использовать устойчивую единицу «белая ворона», однако вариант «паршивая овца» представляется стилистически более подходящим. Помимо этого, сохраняется исходный образ – овца.

Анализ отобранных примеров показал, что стратегия доместикации является довольно продуктивной и часто применяемой при переводе заголовков фильмов ужасов на русский язык. Из проанализированных 84 фильмонимов 67 из них передаются при помощи стратегии доместикации, что представляет собой 79%. Представим полученные результаты при помощи диаграммы (Диаграмма 2).

Полученные данные позволяют сделать вывод о том, что при переводе заголовков фильмов ужасов переводчики

стремятся к «одомашниванию» фильмонимов, нежели к сохранению культуры и национальной окраски исходного языка.



Диаграмма 2 – Соотношение частотности применения стратегий форенизации и доместикации.

Среди переводческих приемов, при помощи которых реализуется стратегия доместикации, чаще всего отмечается прием лексической замены. Данный прием реализуется переводчиками в 34 случаях. Реже встречается, но также представляется довольно продуктивным прием целостного преобразования. К приему целостного преобразования переводчики прибегают в 15 случаях. Далее по продуктивности отмечены приемы опущения, грамматической замены. Оба указанных приема отмечены в 8 случаях. Прием добавления используется при переводе фильмонимов на русский язык в 7 случаях, а прием модуляции в 6 случаях. К применению остальных приемов переводчики прибегают довольно редко: приемы конкретизации и генерализации встречаются каждый

трижды, прием калькирование отмечен в 2 случаях. Полученные результаты представлены в Диаграмме 3.



Диаграмма 3 – Приемы реализации стратегии доместикации.

Выводы по главе II

Признак жанра ужасов передается посредством реализации эмоции страха в самом фильмониме. В практической части работы выделено 3 лексико-семантических поля группы “horror”, которые реализуются в наименованиях фильмов. Наиболее продуктивными явились лексико-семантическое поле *fear* и лексико-семантическое поле *supernatural*, которые включают по 23 фильмонима. Чуть менее продуктивным представляется лексико-семантическое поле *death*, в рамках которого выделяется 3 микрополя, и которое включает 11 фильмонимов. Отмечены также фильмонимы, которые не содержат лексических единиц, входящих в указанные лексико-семантические поля, однако,

включают те лексемы, которые способствуют появлению страха, ужаса или испуга.

Большая часть фильмонимов состоит из одной лексемы, т.е. имеют краткую и лаконичную форму. Всего 6 фильмонимов имеют структуру предложения.

В качестве стилистических средств, при помощи которых реализуются жанровые признаки фильма в заголовке, выделяются фонетические, лексические и синтаксические средства. Среди фонетических средств выделены такие как аллитерация и ассонанс. Среди лексических выделены такие средства, как метафора, метонимия, эпитет, аллюзия, оксюморон, эвфемизм, игра слов, использование фразеологических единиц. Среди синтаксических средств отмечено применение перифраза.

Анализ показал, что 21 фильмоним указывает на действующее лицо фильма, 19 фильмонимов заключают в себе некоторое символическое значение, 13 фильмонимов отражают сюжетную перспективу фильма, 12 фильмонимов отражают проблематику фильма, 10 фильмонимов указывают на место происходящих событий, 7 фильмонимов указывают на пространство происходящих в фильме событий.

Стратегия форенизации реализуется, в основном, посредством приема калькирования (11 случаев применения). Встречается также приемы транскрипции и транслитерации (по 3 случая применения), синтаксическое уподобление (1 случай), перестановка членов предложения (1 случай), прием опущения (1 случай). Стоит отметить, что в четырех из рассмотренных примеров наблюдается применение двух стратегий одновременно.

Среди переводческих приемов, при помощи которых реализуется стратегия доместикации, чаще всего отмечается прием лексической замены (34 случая), прием целостного преобразования отмечен в 15 случаях. Приемы опущения, грамматической замены применяются в 8 случаях, прием добавления в 7 случаях, прием модуляции в 6 случаях. Остальные приемы встречаются довольно редко: приемы конкретизации и генерализации (по 3 случая применения), калькирование (2 случая).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящей работе рассмотрены стилистические особенности заголовков фильмов ужасов, а также особенности их передачи на русский язык. Среди функций фильмонимов выделяется несколько: номинативная, информативная, коммуникативная, прагматическая, прогностическая и рекламная. Основными особенностями фильмонимов считаются краткость, лаконичность, информативность, а также создание интриги и напряженности. Заголовок должен привлекать внимание к фильму, обладать экспрессией в соответствии с жанровыми особенностями фильма. Подобное достигается посредством лексических и стилистических средств.

В качестве стилистических средств, отмечающих заголовки фильмов ужасов, выделяются фонетические средства (ассонанс и аллитерация), лексические средства (метафора, метонимия, оксюморон, аллюзия, эпитеты, эвфемизмы, игра слов, использование фразеологических единиц), синтаксические средства (перифраз).

Отмечено, что для реализации эмоции страха, которая является признаком фильмов ужасов, выделяется 3 лексико-

семантических поля группы *horror*, самым объемными из отмеченных полей являются лексико-семантическое поле *fear* и лексико-семантическое поле *supernatural*.

Анализ примеров показал, что чаще всего заголовки фильмов ужасов имеют простую односложную структуру. Заголовок фильмов ужасов зачастую указывает на главное действующее лицо в фильме. Также заголовки могут заключать в себе некое символическое значение, отражать сюжетную перспективу фильма или проблематику кинокартины, указывать на место или пространство происходящих в фильме событий.

При переводе фильмонимов на русский язык переводчики чаще всего прибегают к стратегии доместикации, нежели к стратегии форенизации (67 примеров и 17 примеров соответственно).

Стратегия форенизации реализуется, в основном, посредством приема калькирования. Значительно реже переводчики прибегают к применению приемов транскрипции и транслитерации, приемы синтаксического уподобления, перестановки членов предложения и опущение встречаются при анализе примеров единожды.

Стратегия доместикация реализуется чаще всего при помощи стратегий лексического добавления и целостного преобразования. Реже переводчики прибегают к применению приемов опущения, грамматической замены, к приему добавления и модуляции. Остальные приемы встречаются довольно редко – прием конкретизации, генерализации и калькирования.

Таким образом, анализ рассматриваемых в настоящей работе заголовков фильмов ужасов показал, что переводчики чаще придерживаются стратегии «одомашнивания», нежели стремятся к сохранению национально-культурного колорита иностранного языка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Агапова, С.Г., Телюкина Е.К. К вопросу о способах репрезентации эмоций // Science Time. – 2015. – № 1. – С. 9-11.
2. Александрова, О.И., Николаева, У.А. Стратегии перевода современных англоязычных фильмонимов на русский и испанский языки (на примере фильмов 2008–2014

гг.) // Вестник РУДН, серия Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2016. – No 2. – С. 113–122.

3. Антропова, А.В. Названия американских, английских и российских кинофильмов: сопоставительная характеристика и проблемы перевода: дисс... канд. филол. наук: 10.02.20/ Антропова Анастасия Викторовна. – Екатеринбург, 2008. – 217 с.

4. Арнольд, И.В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 448 с. – 320 с.

5. Арутюнова, Н.Д. Жанры общения / Н.Д. Арутюнова // Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис. – М.: Наука, 1992. – С. 52-56.

6. Бабенко, Л.Г., Казарин, Ю.В. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика: Учебник; Практикум / Л.Г. Бабенко, Ю.В. Казарин. – М.: Флинта: Наука, 2005. – 496 с.

7. Бальжинимаева, Е.Ж. Стратегия перевода названий фильмов / Е.Ж. Бальжинимаева // Улан-Удэ. – 2009. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: labatr.bsu.ru/public/file/pub/07.doc (Дата обращения 25.01.2021).

8. Богданова, О.Ю. Заголовок как элемент текста. // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. – 2007. – No1. – С. 116 – 119.

9. Бойко, Л.Б. Особенности функционирования заглавий в текстах с различными коммуникативными заданиями: автореф. дис. канд. филол. наук - Одесса, 1989. – 25 с.

10. Веселова, Н.А. Заглавие литературно-художественного текста [Текст]: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.08 / Н.А. Веселова. – Тверь, 1998. – 236 с.
11. Виноградов, В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). — М., Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. - 224 с.
12. Винокур, Г.О. О языке художественной литературы. М., Высшая школа, 1991. - 448 с.
13. Гальперин, И.Р. Очерки по стилистике английского языка. - М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1958. - 462 с.
14. Горшкова, В.Е. Название фильма как единица перевода и составляющая образа-смысла // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. 2014. - С. 26 - 37.
15. Ермолович, Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур. - М.: Валент, 2001. - 200 с.
16. Кныш, Е.В. Лингвистический анализ наименований кинофильмов в русском языке [Текст]: ди. ... канд. филол. наук. / Е.В. Кныш. – Одесса, 1992. – 191 с.
17. Кныш, Е.В. Наименование кинофильмов как объект ономастики [Текст] / Е.В. Кныш // Актуальные вопросы русской ономастики: Сб. Науч. тр. – Киев, 1988. – С. 106 - 111.
18. Комиссаров, В.Н. Современное переводоведение. Из-во «Этс»., М., 2004.
19. Комиссаров, В.Н. Теория перевода [Текст]: учеб. пособие / В.Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 250 с.

20. Комиссаров, В. Н., Рецкер Я. П., Тархов В. И. Пособие по переводу с английского на русский [Текст] / В. Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1965. – 287 с.

21. Кравчук А.Ю., Красноперова Ю.В. Лингвистические средства нагнетания страха в жанре «хоррор» и способы их передачи с английского языка на русский (на примере материала произведений С. Кинга) // Вестник научного общества студентов, аспирантов и молодых ученых. 2016 (1). – С. 116 - 124.

22. Кэтфорд, Дж. Лингвистическая теория перевода. Об одном аспекте прикладной лингвистики. Перевод с английского В.Д. Мазо [Текст] / Дж. Кэтфорд. - М.: УРСС, 2004.

23. Лазарева, Э.А. Заглавие и начало текста. Слово в системных отношениях на разных уровнях языка [Текст] / Э.А. Лазарева. – Свердловск, 1989. – С. 121-132.

24. Ламзина, А.В. Заглавие [Текст]/ А.В. Ламзина // Введение в литературоведение. Литературное произведение: Основные понятия и термины: учеб. для филол. спец. вузов. М., 1999. –556 с.

25. Латышев, Л. К. Перевод: проблемы теории, практики и методики преподавания [Текст] / Л. К. Латышев. – М., 2009. – 213 с.

26. Левицкая, Т. Р., Фитерман А. М. Теория и практика перевода с английского языка на русский. Издательство литературы на иностранных языках. – М., 1963. - 125 с.

27. Лотман, Ю.М. Структура художественного текста. – М.: Искусство, 1970. – 384 с.

28. Лукин, В.А. Художественный текст: Основы лингвистической теории и элементы анализа: Учеб. М.: Ось-89, 1999. – 189 с.

29. Лютая, А.А. Информативность современного газетного заголовка и его прагматические возможности. // Аксиологическая лингвистика: 74 проблемы теории речевых жанров, лингвогендерологии и стилистики: сб. науч. тр. / под ред. Красавского Н.А. – Волгоград: 2008. – С. 101-107

30. Милевич, И. «Стратегии перевода названий фильмов» [Электронный ресурс] Режим доступа: http://стройков.рф/file/xn--b1andocigi_x/tsp/Milevich.pdf (дата обращения 25.01.2021)

31. Милюткина, Я.Е. Переводческие стратегии в выборе русских названий для англоязычных фильмов // Молодой ученый. — 2016. — №7.5. — С. 30-31.

32. Минеева, О.А. Способы перевода на русский язык названий немецких художественных фильмов / Минеева О.А., Мададова К.Х., Пирогова А.А.// Символ науки. –2016. – №5 – 1. – С. 294-296.

33. Миньяр-Белоручев, Р. К. Общая теория перевода и устный перевод [Текст] / Р. К. Миньяр-Белоручев. - М., 1980. – 269 с.

34. Наговицына, И.А. О влиянии внешних условий переводческого процесса на качество переводной аудиовизуальной продукции // Вестник Удмуртского университета. 2014, No. 2 - С. 121-127.

35. Подгорная, А.Ю. О концептуальности названия в переводе художественного произведения. // Вестник ВолГУ. Серия 2: Филология. Выпуск 1. – 1996. – С. 75-81.

36. Подымова, Ю.Н. Названия фильмов в структурно-семантическом и функционально-прагматическом аспектах [Текст]: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Ю.Н. Подымова. - Майкоп, 2001. - 205 с.

37. Подымова, Ю.Н. Фильмонимы как проблема перевода. // *Ab ovo*. - Майкоп: 2004. - No1. - С. 8-9.

38. Рецкер, Я. И. Теория перевода и переводческая практика. - М.: Р. Валент, 2009. - 240 с.

39. Рогов В. О переводе заглавий // *Иностранная литература*. - 1998. - № 4. - С. 238-246.

40. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. М.: Наука, 1973. - 366 с.

41. Суртаева, А.В. Заглавие художественного текста как элемент его информационной структуры (на материале заглавий англоязычных художественных произведений XX - XXI вв.): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. -СПб: 2012. - 21 с.

42. Трофимова, С.М. Введение в языкознание. - Улан-Удэ, Изд-во БГУ, 1998. - 43 с.

43. Тураева, З.Я. Лингвистика текста (Текст: структура и семантика) [Текст] / З.Я. Тураева. - М.: Просвещение, 1986. - 128 с.

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

45. Черкасский, Л. Начнем с заглавия. // *Иностранная литература*. - М: 1986. -No 5. - С. 225 - 230.

46. Швейцер, А. Д. Теория перевода. - М., Наука, 1988. - 215 с.

47. Шелестюк Е.В., Гриценко Э.Д. О форенизации и доместикации в переводе и возможностях их лингвистической оценки. // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: филологические науки. -2016. -№4 - С. 202-207.

48. Шлейермахер, Ф.Д. О разных методах перевода: лекция, прочитанная 24 июня 1813 г. / Ф.Д. Шлейермахер // Вестник Московского университета. -Серия 9 «Филология»: Науч. журнал, 2000. -№ 2 . -С. 127-145.

49. Bergen, D. (n. d.). Translation strategies and the students of translation. *JormaTommola* 1, 109-125. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.hum.utu.fi/oppiaineet/englantilailentilologia/exambergen.pdf> (дата обращения: 25.01.2021)

50. Chesterman, Andrew, Wagner, Emma. Can theory help translators? A dialog between the ivory tower and the wordface. Manchester: St. Jerome publishing, 2002.

51. Strinati, Dominic. An Introduction to Popular Culture / D. Strinati. - New York, Londong: Routledge, 2000. - 278 p.

52. Venuti Lawrence. The Translator's Invisibility. A history of translation // Translation Studies/Comparative literature / L. Venuty. London and New York; Routledge, 2003 - 354 p.

53. [Venuti Lawrence](#). The Scandals of Translation: Towards an Ethics of Difference. — New York: Routledge, 1998 - 210 pp.

