

**ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЯЗЫКОЗНАНИЯ  
(ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ)**

Научная статья

**УДК 81**

**ФИЛЬМОНИМ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО  
ИССЛЕДОВАНИЯ**

**Юлия Владимировна Минеева <sup>1✉</sup>, Марина Анатольевна Сорокина <sup>2✉</sup>**

<sup>1, 2</sup> Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева,  
Астрахань, Россия

<sup>1</sup> [mineeva\\_yulia@mail.ru](mailto:mineeva_yulia@mail.ru)

<sup>2</sup> [marina\\_ulanovskaya70@mail.ru](mailto:marina_ulanovskaya70@mail.ru)

*Аннотация.* Статья посвящена исследованию названий художественных фильмов с позиции лингвистики. Изучение названий кинофильмов и способов их перевода представляет интерес как в теоретическом, так и в практическом плане. Киноиндустрия – это область бизнеса, где успех или провал фильма имеет материальное измерение. Название фильма может привлечь, либо оттолкнуть зрителя, поэтому существует необходимость всестороннего изучения названий кинофильмов и их воздействия на аудиторию. В статье даётся определение фильмонима как разновидности идионимов. Рассматриваются функции фильмонимов, определяется их место в структуре языка. Анализируется разница между названием фильма и заголовком книги. Изучается структура и семантика объекта исследования и приводится классификация фильмонимов. Особый интерес представляют приёмы передачи названий фильмов на русский язык, а также трудности, с которыми сталкивается переводчик при работе с фильмонимом.

**Ключевые слова:** фильмоним, функции фильмонима, классификация фильмонима, трудности перевода фильмонимов

**Для цитирования:** Минеева Ю. В., Сорокина М. А. Фильмоним как объект лингвистического исследования // Евразийский филологический вестник. 2023. Вып. 3. С. 63-80.

## GENERAL QUESTIONS OF LINGUISTICS (PHILOLOGICAL SCIENCES)

Original article

### FILMONYM AS THE OBJECT OF THE LINGUISTICS STUDY

**Yulia B. Mineeva** <sup>1✉</sup>, **Marina A. Sorokina** <sup>2✉</sup>

<sup>1,2</sup> Astrakhan State University named after V. N. Tatishchev, Astrakhan, Russia

<sup>1</sup> [mineeva\\_yulia@mail.ru](mailto:mineeva_yulia@mail.ru)

<sup>2</sup> [marina\\_ulanovskaya70@mail.ru](mailto:marina_ulanovskaya70@mail.ru)

**Abstract.** The article is devoted to the study of the names of feature films from the perspective of linguistics. The study of movie titles and ways of their translation are of interest both in theoretical and practical ways. The film industry is an area of business, where the success or failure of a film has a material dimension. The name of the film can attract or alienate the viewer, so there is a need for a comprehensive study of the names of films and their impact on the audience. The article defines a filmonym as a kind of idionyms. The functions of filmonyms are considered, their place in the structure of the language is determined. The difference between the title of the film and the title of the book is analyzed. The structure and semantics of the research object are studied and the classification of filmonyms is given. Of particular interest are the techniques of transferring the names of films into Russian, as well as the difficulties faced by the translator when working with a filmonym.

**Keywords:** filmonym, functions of filmonym, classification of filmonyms, difficulties in filmonym translation.

**For citation:** Mineeva Y. B., Sorokina M. A. Filmonym as the object of the linguistics study // Eurasian Philological Bulletin. 2023; (3): 63-80. (In Russ.).

### ***Введение***

Перевод названия фильма является одной из самых главных задач переводчика, т.к. название может привлечь, либо оттолкнуть зрителя, поэтому существует необходимость всестороннего изучения названий кинофильмов и их воздействия на аудиторию. Названия кинофильмов или фильмонимы можно рассматривать с разных позиций – философии, лингвистики, перевода. В данной статье представлен анализ наименования кинофильмов или фильмонимы с позиций лингвистики.

### ***Исследовательские результаты и их интерпретация***

Для начала рассмотрим названия кинофильмов и их место среди имен собственных.

Л. А. Брусенская в «Учебном словаре лингвистических терминов» приводит следующую классификацию имён собственных. Автор использует термин «оним» как эквивалент имени собственного – слово, словосочетание или предложение, которое служит для выделения именуемого объекта среди других в том же классе. Онимы подразделяются на классы в зависимости от объектов номинации – антропонимы, топонимы и др. В частности, среди онимов выделяют идеонимы –номинации объектов умственной, идеологической и художественной сферы деятельности человека. Разновидностью идеонимов являются фильмонимы – названия кинофильмов [3].

Многие лингвисты полагают, что с точки зрения языка название художественного произведения – книги или кинофильма – это текст. Название соотносится с целым произведением как микротекст и макротекст. Основными свойствами названия являются целостность, малая протяжённость или

лаконичность, членимость, информативность, завершённость. Л. Н. Антропова отмечает, что название является неотъемлемой частью текста, которая имеет свои задачи и значение. Название тесно связано с остальными компонентами текста на семантическом и синтаксическом уровнях [2, с. 5].

Исследователи говорят о двойственной природе фильмонима. Так, Ю. Н. Подымова отмечает, что у фильмонима необычный знаковый статус: с одной стороны, фильмоним – это формальный знак, который указывает на форму, содержание которой было вначале неизвестно. С другой стороны, это мотивированный знак, обладающий уникальным значением [10, с. 8]

Как пишет В. Е. Горшкова, название кинофильма несколько автономно по отношению к фильму как целому. Иногда название начинает жить своей жизнью задолго до выхода фильма на экран, вызывает определённые ассоциации, желание посмотреть его или наоборот, отталкивает зрителя [7, с. 26]. Иными словами, название играет важную роль в судьбе кинофильма и как художественного произведения, и как коммерческого предприятия.

Таким образом, в данной статье, вслед за Л. А. Брусенской, название кинофильма или фильмоним рассматривается как особый класс имён собственных, входящий в подкласс идеонимов – номинаций объектов умственной, идеологической и художественной сферы деятельности человека. Фильмонимы обладают двойственным знаковым статусом.

В силу своей многоаспектности фильмонимы несут богатую и разнообразную информацию. В. Е. Горшкова полагает, что фильмоним – это высказывание, репрезентирующее ситуацию, смоделированную фильмом, её закодированный вербальный образ [7, с. 26]. Моделируя реальность, кинофильм воссоздает определённую ситуацию, а его название становится знаком данной ситуации. Название кинофильма – своеобразный культурный символ, который помогает расшифровать эстетические взгляды автора, а также зрителя. Название должно нести определённую информацию о сюжете картины, привлекать внимание зрителя.

Многие исследователи отмечают функциональное сходство фильмонимов и заголовков произведений. Исследуя заглавие литературно-художественного текста, Н. А. Веселова выделяет следующие: 1. номинативная, исходная, называющая текст. 2. Информативная или коммуникативная, присущая всем заголовкам. 3. Разделительная – она выделяет текст, отграничивая его от окружающего пространства и размещается перед текстом. 4. Экспрессивно-апеллятивная. Заглавие может выявлять авторскую позицию, психологически готовить к восприятию текста. Экспрессивность может быть выражена с помощью как языковых, так и неязыковых средств, например, шрифта. 5. Рекламная – заглавие должно привлечь и заинтересовать читателя [4, с. 5].

Несмотря на многие характеристики, сближающие заголовок художественного произведения и фильмоним, не все функции, характерные для литературного текста, в равной мере присущи фильмонимам. Так, для названия фильма несущественна разделительная функция.

Количество и конкретный набор функций различаются в разных работах. Основные функции фильмонима, которые присутствуют во всех исследованиях – номинативная, информативная, рекламная, прагматическая, изобразительно-декоративная.

Многие считают, что фильмы относятся к области, которая не является предметной, так как отражают тему или идею произведения. По мнению Ю. Н. Подымовой, с такой точкой зрения трудно согласиться. Название обозначает время, место действия, называет героев и т.д., например: *Neighbours*, *Amityville*, *Gladiator*, *Dunkirk*. Одновременно это также имена собственные, принадлежащие индивидуальным предметам, составляющим область духовной культуры [10, с. 6].

Названия успешных фильмов часто становятся прецедентными именами. Прецедентные имена – это имена собственные, которые используются не столько для обозначения конкретного объекта, сколько в качестве своего рода культурного знака, символа определённых качеств или событий [6, с. 3]. Для современной молодёжной среды прецедентными являются имена Гарри

Поттера, следовательно, мы можем говорить о предметной, номинативной функции фильмонимов.

Слово представляет собой сложный информационный комплекс. В. С. Виноградов считает, что информативность слова представлена экстралингвистической и лингвистической информацией. Экстралингвистическая или знаменательная информация слова отражает понятия и представления о явлениях и фактах, присущих различным материальным формам природы и общества. Лингвистическая информация представляет объекты языковой системы, отношения между ними, закономерности создания речевой цепи. Экстралингвистическая информация слова подразделяется на 6 видов: смысловую, эмоционально-экспрессивную, социолокальную, хронологическую, фоновую, дифференциальную [5, с. 117].

Данные виды информации играют важную роль при выборе единиц, образующих название фильма.

Номинативная и информативная функции являются универсальными. Название фильма несёт информацию о его жанре, о месте и времени действия, главном персонаже. Важно, прямо или опосредованно они обозначены. Понятно, что действие фильма *American Beauty* происходит в Америке, что в фильме *The Legend of Hercules* речь пойдёт об античном герое Геракле, фильм *The Gladiator* расскажет о Древнем Риме. *Lawrence of Arabia* посвящён жизни известного британского разведчика и исследователя Востока Лоуренсу Аравийскому.

В названиях часто содержится отсылка к предшествующему фильму, особенно когда он был успешным. Например, названия фильмов об Индиане Джонсе и Гарри Поттере всегда начинаются с имён персонажей: *Indiana Jones and the Emperor's Tomb*, *Harry Potter and the Deathly Hollow*.

Рекламная и прагматическая функции фильмонима – одни из главных. Лаконичная форма может включать весьма богатое содержание. Кинопроизводство требует больших капиталовложений, фильм должен не только окупить затраты, но и принести прибыль. Задача названия – привлечь

зрителя, заинтриговать его, вызвать интерес, поэтому оно должно быть необычным. Например, названия фильмов *The Exorcist – a person expelling an evil spirit*, или *It – Оно*, *Fear the Walking Dead* заставляют думать о чём-то страшном, непонятном, связанном с потусторонней жизнью. Такие фильмы, несомненно, привлекают внимание любителей ужасов.

В ряде случаев рекламная функция вступает в конфликт с информирующей, так как на первый план выходит задача привлечь зрителя. В этом случае информация намеренно маскируется для создания эффекта обманутого ожидания. Например, фильм «*The Cinderella Man*» не связан с историей Золушки, а рассказывает о трудной судьбе талантливого боксера. *Godfather* – это не только восприимчивый, участвующий в обряде крещения. Современное значение слова – глава мафиозного клана, и название этого культового фильма стало прецедентным именем.

Реклама создаётся как средство влияния на сознание потребителя. Фильмом должен оказать прагматическое воздействие на потенциального зрителя с помощью выбора лексических единиц. Довольно часто это слова с большим эмоциональным зарядом, положительной или отрицательной оценкой: *Battle of Sexes*, *American Gods*, *War for the Planet*, *Professor Marston and the Wonder Woman*.

Для усиления экспрессивности в названиях используется неформальная лексика. Так, прилагательное *Zapped* в словаре помечено как *informal* и означает *tired, exhausted; having a sudden and powerful effect on*. Ещё один пример: *Good Fellas* (разговорный сниженный вариант *Fellows*). Возможны литературно-сниженные грамматические формы, например, *Knockin' on the Heaven's Door*, *Singin' in the Rain*.

Встречается использование книжных, формальных слов. Например, фильм *Interstellar* – межзвёздный – достаточно книжное слово, которое используется в науке, в научной фантастике, в качестве фильмонима и указывает на жанр фильма. Существительное *Inception – an act, process or instance of beginning* – также относится к книжной лексике. Книжными словами

являются также фильмонимы *Memento*, *Indemnity*. Латинское заимствование *Memento* означает *remember*. Это латинское слово из религиозного слоя лексики, часть приветствия, которым при встрече обменивались монахи ордена Траппистов: *Memento mori* – помни о смерти.

Необходимый прагматический эффект обеспечивается также применением экспрессивных средств разных языковых уровней: эпитетов, метафор, повторов, рифмы, аллитерации, аллюзии. Например, в названии *Need for Speed* использованы рифма и аллитерация. В фильме *Fast and Furious* говорится об автомобильных гонках, и название передаёт стремительное движение с помощью аллитерации.

В названиях фильмов используются фразеологизмы, например, *Die Hard*, известный в российском прокате как *Крепкий орешек*. Фильмоним *Lock, Stock and Two Smoking Barrels* построен на основе фразеологизма *lock, stock and barrel*, прямое значение которого – три основные части ружья, а в переносном – всё вместе взятое. Добавление *two smoking barrels* возвращает прямое значение выражения и совмещает его с переносным.

Ряд названий фильмов строится на основе парадокса, например, *Back to the Future*, либо намеренного эпатажа: *Three Idiots*. В первом случае название является примером нарушения логики: будущее всегда рассматривается как то, что находится впереди (*time that is to come, what is going to happen*), а возвращение – это движение назад, поэтому алогичность словосочетания привлекает внимание. Существительное *idiot* словарь Merriam-Webster определяет как *a feeble-minded person having a mental age not exceeding three years and requiring complete custodian care, a foolish or stupid person*. Нормальному человеку наблюдать за поступками слабоумного персонажа представляется странным занятием.

Иногда используются значащие имена. Так, в фильме *Dr Strangelove or How I Learned to Stop Worrying and Love the Bomb* расшифрована фамилия персонажа, что показано в последующей части фильмонима. Буквальное



значение фамилии *Strangelove* – странная любовь, а любовь к бомбе представляется самой странной.

Таким образом, выделяют следующие функции фильмонимов: – номинативную, информативную, рекламную, прагматическую, изобразительно-декоративную. Для осуществления названных функций в названиях фильмов используют лексические единицы с разной стилистической окраской, фразеологизмы, а также различные стилистические приёмы.

Далее рассмотрим структуру и семантику фильмонимов. Функции фильмонима предъявляют определённые требования к его форме. Название должно быть достаточно кратким и не занимать много места, т.к. его предстоит размещать на рекламном плакате. Как отмечает Ю. Н. Подымова, структурный аспект позволяет выявить связь между структурой и семантикой, а также стилистическими свойствами. Исследуя особенности русских фильмонимов, автор полагает, что по структуре они делятся на номинативные предложения, односоставные предложения глагольного типа и осколочные конструкции, связанные с разговорным синтаксисом [10, с. 17].

Проведённый нами анализ показал, что названия англоязычных фильмов представлены однословными единицами, словосочетаниями, предложениями или их фрагментами.

Значительную часть фильмонимов составляют однословные наименования. Это, как правило, существительные: *Exorcist*, *The Pianist*, *Whiplash*, хотя встречаются местоимения – *It*, прилагательные – *Barefoot*, причастия – *American-made*, *Tangled*, глаголы – *Get Out*, однако они представлены незначительным числом примеров. Следует отметить особенность семантики фильмонима – в этом качестве может выступать как имя собственное-антропоним или топоним, так и имя нарицательное. При этом имена собственные могут быть прецедентными, т. е. именами известных личностей или явлений, например, *Ганди*, *Амадей (Моцарт)*, либо становиться такими после успеха фильма, например, *Аватар*.

Однословные фильмонимы-существительные можно разделить по тематическому принципу. Основные группы следующие: Антропонимы – *Amadeo, Annabelle, Gandhi*; топонимы – *Dunkirk, Amityville, Troy, Zootopia*; Профессия – *Gladiator, The Pianist, The Aviator*; Качества и состояния людей – *Braveheart, The Departed, The Lovers*; Действия – *Whiplash, The Sting, Rush*; Место действия: *The Circus, Casino*; Названия неодушевленных предметов – *The Avatar, Predestination, Game*; Абстрактные понятия – *Inception, The Prestige*.

Наиболее частотны в качестве наименований словосочетания. Чаще всего это именные словосочетания, в которых ключевым является существительное, однако представлены глагольные сочетания *Put it Forward, Begin Again, Fear the Walking Dead*, сочетания с герундием *Knocking on the Heaven's Door, Singin' in the Rain, Dancing With the Wolves, Saving Private Ryan*; с причастием *Gone with the Wind, Spirited Away*; с инфинитивом *To Kill the Mockingbird*.

Фильмонимы как сочинительные словосочетания всегда были достаточно частотны. Благодаря краткости в них удаётся вложить достаточный объём содержания, чтобы заинтересовать зрителя. Так, фильмонимы с именем главного персонажа были популярны в эпоху фильмов об Индиане Джонсе. Их прагматической функцией было возвращение к первоисточнику. Первый фильм – *Raiders of the Lost Ark* – имел огромный успех, и в названия последующих фильмов намеренно добавляли имя главного персонажа, чтобы показать, что новый фильм посвящён его дальнейшим приключениям, и таким образом привлечь публику: *Indiana Jones and the Temple of Doom (1984), Indiana Jones and the Last Crusade (1989), Indiana Jones and the Kingdom of the Crystal Skull*.

Этот же принцип нашёл применение в названиях фильмов о Гарри Поттере: *Harry Potter and the Sorcerer's Stone, Harry Potter and the Prisoner of Azkaban, Harry Potter and the Deathly Hollow* и др.

В статье И. И. Воронцовой и Н. Л. Ткаченко отмечена сравнительно новая тенденция: названия фильмов, также состоящие из двух частей, но разделённые двоеточием, при этом вторая часть названия пишется с заглавной буквы [6, с. 139-149], которая является собственно названием фильма, в той или иной

степени раскрывает его содержание. Этот приём имеет вполне отчётливую прагматическую задачу – показать связь с вышедшим ранее успешным фильмом, который развивает ту же тему, либо с комиксом, который послужил основой фильма. Этот приём используется достаточно давно, ещё в фильмах о звёздных войнах – *Star Wars: Episode V – The Empire Strikes Back*, *Star Wars: Episode VI- Return of the Jedi*, но в широкое употребление он вошёл в последние два-три десятилетия. У таких фильмонимов определённая структура: первая часть названия обычно является общей для ряда фильмов, в которых действует один или несколько главных героев, вторая связана с содержанием конкретного данного фильма. Наш анализ показал, что первая часть фильмонима обычно обозначает:

1. Сферу действия: *Kingsman: The Golden Circle* – фильм посвящён деятельности разведывательных служб Британии.

2. Собираемый образ главных персонажей: *Transformers* – мультсериал о разумных роботах с планеты Кибертрон, способных превращаться в машины, оружие и другую технику; сериал создан на основе получившего популярность комикса. *Pirates of the Caribbean* – сериал о золотом веке пиратства.

3. Место действия: *Oz: The Great and Powerful*. Фильм снят на основе сказки Баума «Волшебник из страны Оз» (*The Wizard of Oz*), где Оз – это название страны. В фильме *Oz* становится также именем главного персонажа, возможно, на основе некоторого созвучия с его реальным именем – Оскар, хотя фактически это название волшебной вымышленной страны, в которой происходит действие.

4. Конкретный главный герой: *Captain America: The First Avenger*; *Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring*. Сериал о Капитане Америка снят на основе популярного комикса о подвигах вымышленного супергероя по имени Стив Роджерс, прозванного Капитан Америка. Сериал *Властелин колец* – это многосерийная экранизация одноименного фантастического романа Д. Толкиена.

Во всех случаях названный приём призван показать связь с предыдущим успешным произведением и обеспечить ему аудиторию и популярность. Так, сериал *Пираты Карибского моря* включает 4 фильма: *Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl*; *Pirates of the Caribbean: Dead Man's Chest*; *Pirates of the Caribbean: At World's End*; *Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides*. Если бы первая часть наименования отсутствовала, вторая была бы недостаточно информативной. Кроме того, если учесть, что на основе успешных фильмов очень быстро создаются компьютерные игры, комплекты Лего, что кадры из фильмов используются на футболках, названия фильмов и изображения персонажей становятся брендами разных изделий, понятно, что на карту поставлены большие деньги. В связи с этим данный приём становится всё более популярным и не только заимствуется при переводе, но и используется в названиях отечественных фильмов.

Ю. Н. Подымова классифицирует фильмнимы по передаваемой ими информации и выделяет собственно-информативные, информационно-концептуальные и информативно-образные фильмнимы. По ее мнению, собственно-информативные фильмнимы нейтральны в стилистическом плане и безоценочны. Информативно-концептуальные фильмнимы обозначают коммуникативные качества, побуждающие зрителя к интерпретации авторского замысла, отражённого в названии. Информационно-образные фильмнимы содержат интригу, создают эффект усиления ожидания [10, с. 15]. Кроме того, исследуя информационную структуру фильмнима, необходимо учитывать соотношение между содержанием фильма и его названием, а также полноту представленной в названии информации.

Собственно-информативные фильмнимы имеют разную структуру. Это могут быть как однословные единицы, так и словосочетания, которые передают разную информацию. Прежде всего, они называют главного персонажа фильма по имени или роду занятий, обозначают место или время действия, т. е. наиболее тесно связаны с содержанием фильма. Так, мультфильм *Ice Age* рассказывает о вымышленных приключениях группы зверей, спасающихся от

похолодания в эпоху Ледникового периода. В ряде случаев для правильной интерпретации таких фильмонимов необходимы фоновые знания и эрудиция. Фильм Лоуренс Аравийский посвящён жизни и деятельности Томаса Эдварда Лоуренса – британского офицера, разведчика, путешественника и дипломата, который сыграл важную роль во время Великого Арабского восстания 1916-1918 годов. Название фильма несёт также информацию о его жанре. Фильм Махатма Ганди основан на биографии индийского политического и общественного деятеля, одного из руководителей и идеологов движения за независимость Индии от Великобритании. Его философия отказа от насилия оказала влияние на движение сторонников мирных реформ в разных странах.

Как уже отмечалось выше, современная тенденция обозначать главного персонажа или место действия ряда фильмов информирует поклонников жанра и полюбившихся героев о продолжении сериала.

Информационно-концептуальные фильмонимы побуждают к интерпретации авторского замысла. Взаимосвязь названия с именуемым объектом – это коммуникативный потенциал фильмонима, отмечает Е. Е. Кныш [8, с. 9]. Фильмоним в сжатом виде представляет ситуацию, которая развернута в фильме. В информационно-концептуальных фильмонимах выраженный объём информации меньше, чем в собственно-информативных фильмонимах. Остаётся больше места для воображения.

Информационно-образные фильмонимы содержат оценочные языковые средства. Фильм *The Green Mile* может навести на мысль о чём-то мирном, т.к. зелёный цвет – это символ жизни во многих культурах. В действительности фильм, снятый по роману С. Кинга, – это рассказ обитателя дома престарелых, который в прошлой жизни был в тюрьме надзирателем блока для осуждённых на смертную казнь, где и произошли описываемые им трагические события. Пол в коридоре к месту, где находится электрический стул, выкрашен в зелёный цвет, отсюда и название фильма. Название фильма связано с названием романа, по которому он снят, но не раскрывает его содержание.

Рассмотрим перевод фильмонимов и его особенности. Семантические и структурные особенности фильмонимов и выполняемые ими функции обуславливают сложности их передачи. Перевод названия фильма должен выполнять те же функции, что и оригинал, прежде всего информативную и рекламную, должен сохранять экспрессию и стилистическую окраску, а в силу языковых различий, разного соотношения между названием и содержанием фильма, культурными различиями аудитории зрителей в стране оригинала и перевода это порождает множество трудностей. Н. В. Луговая подчёркивает, что иногда оригинальное и переводное название выполняют разные эмоционально-экспрессивные, прагматические и другие функции, имеют разную стилистическую окраску [9]. Вот почему ряд лингвистов предлагает термин передача названия, а не перевод названия.

В частности, И. С. Алексеева выделяет три приёма передачи названий фильмов:

1. однозначные эквиваленты.
2. Вариантные соответствия.
3. Трансформации.

Однозначные эквиваленты сохраняют своё значение вне зависимости от контекста, как правило, имеется лишь одно соответствие. Вариантные переводческие соответствия зависят от контекста, это многозначные лексемы, конкретное значение которых реализуется в контексте. И. С. Алексеева трактует трансформации как межъязыковые преобразования на лексическом, грамматическом и текстовом уровнях. При этом, по её мнению, происходит три вида преобразований – расширение значения, сужение значения и модификация значения [1, с. 112].

Во многих работах, посвящённых переводу названий фильмов, используется термин адаптация. Невысокий статус адаптации зафиксирован и в словаре переводческих терминов Л. Л. Нелюбина, в котором адаптация определена следующим образом:

1. Приём для создания соответствий путём изменения описываемой ситуации с целью достижения одинакового воздействия на рецептора.

2. Под адаптацией понимается обычно разнообразная обработка текста: упрощение его содержания и формы, а также сокращение текста в целях приспособления его для восприятия читателями, которые не подготовлены к знакомству с ним в его подлинном виде.

3. Приспособление текста для недостаточно подготовленных читателей. Например, «облегчение» текста литературно-художественного произведения для начинающих изучать иностранные языки [6, с. 12-13].

Однако в переводе фильмов данный приём используется часто, обозначая приёмы для создания соответствий путём внесения изменений в исходный текст для достижения такого же воздействия на рецептора, что и оригинал.

Анализ работ, посвящённых адаптации, показывает, что его трактуют в ряде случаев очень широко. Например, как одну из стратегий адаптации называют прямой перевод, когда в названии отсутствуют какие-то культурно-специфические компоненты – реалии, экзотизмы, и нет конфликта формы и содержания.

Мы полагаем, что в качестве адаптации следует рассматривать трансформационный перевод, обусловленный различными факторами: лексическими, стилистическими, функциональными, прагматическими. В последнее время трансформации исследуются с позиции особенностей когнитивных процессов, специфики картины мира, отражённой в художественном произведении. Многие названия фильмов переводятся расширением когнитивной информации при помощи замены или добавления лексических элементов, ввод ключевых слов фильма компенсирует в названии смысловую или жанровую недостаточность дословного перевода. И. Милевич приводит следующие примеры. Название комедии о младшем сыне дьявола Little Nicky – переведено с добавлением лексического элемента Ники, дьявол-младший. Комедия с названием, в котором отражена лишь фамилия главного

героя, – Bowfinger, на русский язык передана как Клёвый парень или Безумный Боуфингер.

Таким образом, выделяют три приёма передачи названий фильмов: однозначные эквиваленты, вариантные соответствия, трансформации. Существует три вида преобразований – расширение значения, сужение значения и модификация значения. Таким образом перевод фильмонимов представляет собой достаточно сложную проблему как в теоретическом, так и в практическом плане.

### ***Заключение***

Семантические и структурные особенности фильмонимов и выполняемые ими функции обуславливают сложности их передачи. Перевод названия фильма должен выполнять те же функции, что и оригинал, прежде всего, информативную и рекламную, должен сохранять экспрессию и стилистическую окраску, а в силу языковых различий, разного соотношения между названием и содержанием фильма, культурными различиями аудитории зрителей в стране оригинала и перевода это порождает множество трудностей.

### **Список литературы:**

1. Алексеева И. С. Профессиональный тренинг переводчика. Учебное пособие. СПб: Союз, 2005. 288 с.
2. Антропова А. Н. Названия американских, английских и российских кинофильмов: сопоставительные характеристики и проблемы перевода: Автореф. дис. ... канд. фил. наук. Екатеринбург, 2008. 23 с.
3. Брусенская Л. А., Жеребило Т. В. Учебный словарь стилистических терминов. Ростов/Д., Феникс, 2005. 376 с.
4. Веселова Н. А. Заглавие литературно-художественного текста: онтология и поэтика: Автореф. дис. ... канд. фил. наук. Тверь, 1998. 24 с.
5. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М.: Изд-во института общего и среднего образования РАО, 2001. 224 с.



6. Воронцова И. И., Ткаченко Н. Л. Тенденции перевода фильмонимов в контексте современного российского кинематографического рынка // Новый филологический вестник. 2015. №4 (34). С. 139-149.

7. 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.

8. Кныш Е. Е. Лингвистический анализ наименований кинофильмов в русском языке: Автореф. дис. ... канд. фил. наук. Одесса, 1992. 23 с.

9. Нелюбин Л. Л. Толковый переводоведческий словарь. М., 2003. 320 с.

10. Подымова Ю. Н. Названия фильмов в структурно-семантическом и функционально-прагматическом аспектах: Автореф. дис. ... канд. фил. наук. Майкоп, 2006. 21 с.

#### References:

1. Alekseeva I. S. Professional'nyj trening perevodchika. Uchebnoe posobie. SPb: Soyuz, 2005. 288 s.

2. Antropova A. N. Nazvaniya amerikanskih, anglijskih i rossijskih kinofil'mov: sopostavitel'nye harakteristiki i problemy perevoda: Avtoref. dis. ... kand. fil. nauk. Ekaterinburg, 2008. 23 s.

3. Brusenskaya L. A., ZHerebilo T. V. Uchebnyj slovar' stilisticheskikh terminov. Rostov/D., Feniks, 2005. 376 s.

4. Veselova N. A. Zaglavie literaturno-hudozhestvennogo teksta: ontologiya i poetika: Avtoref. dis. ... kand. fil. nauk. Tver', 1998. 24 s.

5. Vinogradov V. S. Vvedenie v perevodovedenie (obshchie i leksicheskie voprosy). M.: Izd-vo instituta obshchego i srednego obrazovaniya RAO, 2001. 224 s.

6. Voroncova I. I., Tkachenko N. L. Tendencii perevoda fil'monimov v kontekste sovremennogo rossijskogo kinematograficheskogo rynka // Novyj filologicheskij vestnik. 2015. №4 (34). S. 139-149.

7. Gorshkova V. E. Nazvanie fil'ma kak edinica perevoda i sostavlyayushchaya obraza-smysla // Vestnik Permskogo nacional'nogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Problemy yazykoznaniya i pedagogiki. 2014. S. 26-37.

8. Knysh E. E. Lingvisticheskiy analiz naimenovanij kinofil'mov v russkom yazyke: Avtoref. dis. ... kand. fil. nauk. Odessa, 1992. 23 s.

9. Nelyubin L. L. Tolkovyj perevodovedcheskiy slovar'. M., 2003. 320 s.

#### **Информация об авторах:**

**Ю. В. Минеева** – кандидат филологических наук, доцент, Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева

**М. А. Сорокина** – старший преподаватель, Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева

#### **Information about the authors:**

**Y. V. Mineeva** – Ph.D. (Philology), Associate Professor, Astrakhan State University named after V. N. Tatishchev

**M. A. Sorokina** – Senior Lecturer, Astrakhan State University named after V. N. Tatishchev

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 12.09.2023; одобрена после рецензирования 20.09.2023; принята к публикации 21.09.2023.

The article was published 12.09.2023; approved after reviewing 20.09.2023; accepted for publication 21.09.2023.