

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

КАФЕДРА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА И МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ

**НАЗВАНИЯ АМЕРИКАНСКИХ КИНОФИЛЬМОВ 1990-Х ГОДОВ:
ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
44.03.05 Педагогическое образование,
профиль Иностранный язык (первый, второй)
очной формы обучения, группы 02051307
Коновой Ксении Сергеевны

Научный руководитель:
к.ф.н., доцент
Голубева Ю.В.

БЕЛГОРОД 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. Теоретические основы исследования названий кинофильмов	5
1.1. Роль кинематографии в лингвокультурном пространстве США 90-х г.г.....	5
1.2. Особенности американской языковой картины мира.....	8
1.3. Лингвокультурные особенности при переводе названий американских кинофильмов на русский язык.....	12
1.4. Название как единица перевода и его функции.....	17
1.5. Влияние языка американских кинофильмов на зрительскую аудиторию постсоветской России.....	25
Выводы по ГЛАВЕ I	29
ГЛАВА II. Исследование лингвокультурных особенностей названий американских кинофильмов	31
2.1. Смысловое соотношение названия и содержания кинофильмов.....	31
2.2. Анализ лингвокультурных особенностей названий американских кинофильмов.....	37
2.3. Сравнительная характеристика жанров кинофильмов и их названий.....	52
Выводы по ГЛАВЕ II	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	59
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	61
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ	65
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА	66

ВВЕДЕНИЕ

С момента появления кино как вида искусства интерес к нему не угасает во всем мире. Киноиндустрия активно развивается как в России, так и за рубежом. В течение десяти лет после распада Советского Союза и смены политического курса голливудское кино было самым востребованным в России.

Популяризация кинофильмов возникла не только за счет таланта режиссеров, но и во многом благодаря названиям кинолент. Согласно исследованиям, зрительская аудитория, в большинстве случаев, выбирает фильм, отталкиваясь от привлекательности заглавия. Лингвокультурный аспект также играет немаловажную роль при выборе картины, так как зритель пропускает информацию о кинофильме, полученную из названия, через призму своих индивидуальных особенностей. Однако также стоит отметить, что все это будет невозможно при ошибочной адаптации главного посыла американского кинофильма. При правильном учете факторов принимающей среды переводчик сможет добиться успеха в кинопереводе.

Актуальность данного исследования, посвящённого анализу названий американских кинофильмов в период 90-х годов, определяется недостаточной разработанностью проблемы в области лингвокультурологии.

Объектом исследования служат названия американских фильмов, появившихся в прокате в период «перестройки».

Предметом исследования выступают лингвокультурные особенности и проблемы при переводе названий американских кинофильмов с английского на русский язык.

Цель настоящей работы - рассмотреть и выявить лингвокультурные особенности названий американских фильмов.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

- 1) определить теоретические основы исследования посредством рассмотрения особенностей американской языковой картины мира;
- 2) изучить лингвокультурный потенциал американского кинематографа;
- 3) исследовать влияние киноиндустрии на социум в период 1990-х годов;
- 4) проанализировать лингвокультурную составляющую названий кинофильмов;
- 5) провести анализ жанров кино, сопоставив их с названиями.

Теоретической базой исследования послужил ряд научных трудов таких отечественных и зарубежных исследователей в области лингвистики, лингвокультурологии, психологии, перевода, как: В.Д. Аракин, И.В. Арнольд, Л.Г. Бабенко, Л.С. Бархударов, В.С. Виноградов, Л.С. Выготский, И.Р. Гальперин, Н.И. Жинкин, А.Д. Швейцер, M. Baker, S. Bassnett, G. Lakoff и др.

Фактическим материалом являются названия американских кинофильмов 1990-х годов, полученные методом сплошной выборки из списка, созданного при помощи сайта общественного мнения. Общее число названий составляет 100 единиц.

Методы исследования, выбранные для решения задач: анализ литературы по заданной теме, метод обобщения, сравнительно-сопоставительный анализ, метод сплошной выборки и описательный метод.

Апробация работы. В рамках студенческой конференции был сделан доклад по теме «Лингвокультурные особенности перевода названий».

Структура и содержание работы обусловлены решаемыми задачами. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, списка использованных словарей, списка источников фактического материала.

ГЛАВА I. Теоретические основы исследования названий кинофильмов

1.1. Роль кинематографии в лингвокультурном пространстве

США 90-х г.г.

Американский кинематограф развивался быстрыми темпами, начиная с конца 19 века. Именно в Америке открывалось большое количество кинотеатров. Однако, несмотря на столь бурное развитие, у Голливуда также были свои взлеты и падения.

Кино в Америке - это не просто развлечение, это целая финансовая отрасль, которая была таковой с самого начала. Тем не менее, это положительный фактор в плане больших возможностей для реализации.

Наряду со своим безобидным проявлением, стереотипы в американском кинематографе выступают как орудие пропаганды национальных ценностей и воздействуют на сознание человека. Главная идея пропаганды может быть сформулирована следующим образом - жить нужно так, как живут положительные герои (Балляр, 2009: 121).

В Америке в 1990-е годы выпускали почти половину всех мировых фильмов. Из характерных черт киноиндустрии США тех лет можно отметить: монополизацию и стандартизацию предлагаемых фильмов. Именно в США на плакатах фильмов стали указывать ведущих актеров. Также чертой Голливудских картин являются идеальные и чистые кадры, которые позволяют отвлечься от реальности. Зачастую фильмы связаны с американскими ценностями, образом жизни и «американской мечтой» (Тихонова, 2017: 30).

Кино оказывает влияние на формирование стереотипов - образов и представлений о группе людей или явлениях, созданных другой группой, культурой. Под влиянием голливудского кинематографа у зрителя

складывается представление о той или иной стране. В пример можно привести типичные стереотипы русского населения 1990-х гг. об американском образе жизни: каждый день на улицах американских городов можно наблюдать перестрелки и погони; во всей стране постоянно присутствует угроза жестоких преступлений; большинство американских женщин красивы, а мужчины привлекательны.

Американские ценности также оказывали влияние на российского зрителя. На основе культурологических источников можно выделить следующий список основных американских ценностей: прямолинейность, индивидуализм и личная свобода, потребительство, демократизм в общении (Слышкин, 2004: 47).

В России в период «перестройки» большую часть фильмов, выходящих на экраны кинотеатров, составляли картины американского производства. Голливудский кинематограф привлекал российского зрителя следующими особенностями.

Во-первых, это техническая оснащенность и зрелищность фильмов. Зрелищность напрямую зависит от бюджета картины. Следующей причиной привлекательности американских кинопродуктов являлись типичные образы, представленные на экране. Ведущими героями фильмов являлись герои-одиночки, преодолевающие обстоятельства и добивающиеся победы, чего бы им это не стоило.

С другой стороны, несмотря на многообразие положительных героев, и кинолент, американский кинематограф создавал образы и отрицательных героев. Стереотипизированные отрицательные персонажи - это коррупционер, наркоторговец, продажный полицейский, террорист (Хренов, 2003: 234).

И наконец, третья особенность - созданная Америкой плеяда кинозвезд, имидж и популярность которых создаются не только актерскими способностями и конкретным вкладом в киноискусство.

Анализируя влияние американского кинематографа на постсоветскую Россию, нельзя не вспомнить советский период. Большую роль в распаде СССР сыграла западная массовая культура, в особенности американский кинематограф, который чрезвычайно преуспел в продуцировании вкусных иллюзий, так необходимых человеку, уставшему от соцреализма тоталитарного режима.

В этот период советская пропагандистская идеология уже не смогла создать привлекательный виртуальный мир, который был бы зрелищным, захватывающим, интересным для массовой аудитории и одновременно «правильно» интерпретировал бы мировую историю. Целенаправленно или спонтанно в общество были внедрены западная картина мира и западные стандарты жизни. Процесс завоевания российских экранов шел поэтапно - огромный спрос на американскую кинопродукцию привел к возникновению пиратского видео (Лукин, 1999: 105).

После распада СССР, современная Россия еще не сформировала единую национальную идеологию ценностей, не использовала кинематограф - как фактор общественного развития, поэтому российский зритель находится под влиянием тех ценностей, которые пропагандирует американский кинематограф.

Таким образом, кино может выступать как средством пропаганды, так и средством коммуникации. Американский кинематограф, завоевавший симпатию зрителей по всему миру, оказывал влияние не только на зрительскую аудиторию США в 1990-е годы, но в свою очередь, также захватил российского зрителя, в особенности молодежь.

Развитие культуры в России в годы перестройки определялось несколькими основными факторами, в которые входили демократизация общественной жизни и снятие идеологических ограничений на художественное творчество, падение «железного занавеса» и усиление контактов между российской и мировой культурой (Милевич, 2007: 69). Нельзя не отметить также трудности и новые возможности, связанные с

сокращением роли государства во всех областях общественной жизни, в том числе и в культурной политике. Культуре в этих условиях пришлось приспособляться к условиям рыночной экономики.

Подводя итог, следует отметить, что изменения политического режима и переход к рыночной экономики постепенно начал оказывать влияние на культуру России. Суть постсоветского периода в движении российской культуры в том, что при иных социально-политических, экономических и психологических координатах переходные процессы, начатые перестройкой, нашли свое отражение в кино. Американская киноиндустрия повлияла на формирование новых культурных ценностей, русского народа, обогатила язык, добавив в него новые заимствования из английского языка, и сыграла важную роль в жизни страны в целом. Безусловно, нельзя не отметить, что влияние киноиндустрии распространилось и на языковую картину мира американцев. В связи с этим, считаем необходимым рассмотреть этот вопрос более подробно.

1.2. Особенности американской языковой картины мира

В 20-х гг. 20 века в изучение «картины мира» было внесено понятие «менталитет». Его разработкой занимались представители историко-психологического и культурно-антропологического направлений: Л.С. Выготский, К.А. Добрикова, Н.И. Жинкин, А.И. Половинкин, Н.А. Хренов и другие. В первоначальном контексте «менталитет» означал наличие у представителей того или иного общества, трактуемого как национально-этническая или социально-культурная общность людей, некоего определенного «умственного инструментария», своего рода «психологической оснастки», которая дает возможность по-своему

воспринимать и осознавать свое природное и социальное окружение и самих себя (Хренов, 2003: 246).

В настоящее время обнаруживаются две основных тенденции в понимании сущности менталитета: с одной стороны, менталитет включает в себя уклад жизни, особенности народных реалий, обрядов, стиль поведения, нравственные заветы народа, самоидентификацию человека в социальном мире.

В.Е. Горшкова дает характеристику этого понятия следующим образом: «Менталитет - склад ума, мировосприятие, духовная самобытность сообщества и индивида, представляющих ту или иную культуру, который содержит естественные для данного народа ценностные ориентации, лежащие в основе коллективных представлений о мире и о месте человека в нем, а также национальные образы культуры» (Горшкова, 2014: 27). Так же стоит добавить бессознательные и поведенческие реакции, которые не могут быть осмыслены никак иначе, как только в слове национального языка. Одним словом понятие менталитет выражается - умонастроение.

Ментальность следует воспринимать как некоторый набор символов, сформированных в рамках каждой исторической и культурной эпохи и национальности. Этот набор символов зафиксирован в сознании людей в ходе диалога с другими людьми. Эти символы служат в обыденной жизни пояснением, путем выражения знаний о мире и месте человека в нем и выражаются в виде знаковых систем в языке народа (Орел, 2007: 2015).

По данным многочисленных исследований формирование менталитета занимает примерно 12 лет. Оно начинается в трёхлетнем возрасте и завершается к 14-16 годам. Влияние на развитие сторон менталитета объясняется следующими внешними факторами: менталитет родителей; книги и фильмы, прочитанные и просмотренные на этапе взросления; физическая сила и психическая стабильность; восприятие воздействия более сильных личностей: педагогов, кумиров, людей старшего возраста; СМИ; политика государства; школа (Выготский, 1998: 278).

Язык связан, прежде всего, с духовной культурой, с художественной и научной жизнью общества, с философией и другими формами общественной надстройки. Более того, язык сам по себе является частью духовной культуры народа.

Обогащение словарного состава не может не затрагивать и такие стороны языка, как словообразование, синтаксис, лексическая семантика. Быстрый рост отдельных участков словарного состава ведет к активизации тех или иных моделей и типов словообразования, обогащает их новыми словарными единицами, укрепляет их положение в словообразовательной системе языка. Язык непосредственнее других форм общественного сознания связан с фольклором, литературой. Однако язык связан и с другими формами общественного сознания, словесным выражением.

В английской идеоматике представлены такие качества, как предусмотрительность «Safety first» - «Осторожность первым делом», сдержанность речи, недосказанность «A word to the wise» - «Слово - мудрым», разнообразие и свободу взглядов «Variety is the spice of life» - «Разнообразие - прелесть жизни» или «It takes all sorts to make the world» - «Чтобы создать мир, необходимо разнообразие» (Горшкова, 2008: 86).

Как известно, в языках разных народов мира встречаются слова, которые невозможно перевести на другие языки. В США существует масса своих социальных ритуалов и правил, которые формировали представление о культуре и менталитете американцев в сознании отечественного зрителя, которые нашли отражение в массовом западном кино в ранний постсоветский период.

Многие исследователи отмечают, что существуют значительные различия в менталитете и правилах поведения людей. Это можно объяснить историей развития страны и государства, а также становлением в ней правовой и массовой культуры. С самого раннего детства в США в детском саду и школе детей учат тому, что они свободные личности. И эта свобода, с одной стороны, не должна ограничиваться действиями других людей, а с

другой - четко регламентируется нормами. При этом осуществлять политику надзора помогает каждый гражданин страны (Lakoff, 2003: 84).

Например, длительные прогулки по окрестной местности не приняты среди американцев. Там действительно не принято совершать пешие путешествия, люди по натуре домоседы, а за покупками, в кино или на работу ездят исключительно на авто или общественном транспорте. Также обязательно в менталитет заложено внимательное отношение ко всем предупреждающим знакам и табличкам. В США общество придерживается законов безукоризненно и не позволяет приступать их даже в случае мелкого нарушения.

В американском варианте английского языка находят отражения все сферы деятельности носителей данного словарного запаса и культуры. К примеру, любые донесения активно пропагандируются и поощряются. С одной стороны, это может обезопасить, так как в случае, если на вас вдруг напали по дороге домой, всегда найдется свидетель, который вызовет полицию или позвонит «911» (Fang, 2014: 125).

Все эти особенности находят отражение как в языке, так и в культуре в частности, вследствие этого, находят отражение в голливудских кинофильмах. В американской системе ценностей все имеет свою цену, в том числе и семья и дружба. Заработать можно и в кругу семьи, прибрав в доме у сестры, помыть посуду маме. То, что у нас делается безвозмездно, там реально оценивается - в этом заключается особый менталитет американцев.

В завершении, необходимо отметить, что языковая картина мира американского народа является неотъемлемой частью культуры при идентификации ментальности личности. Через призму культурных особенностей и традиций нам предоставляется возможность проанализировать и понять национальные ценности и приоритеты для улучшения межкультурных связей. В период распада Советского Союза, будучи отрезанными от внешнего мира, русскому народу была предоставлена возможность познать культуру США, через призму

национального менталитета, заложенного в американских кинофильмах того периода. Также стоит отметить, что перевод невозможен без учета лингвокультурных особенностей, так как они выполняют важную функцию при адаптации названия с английского языка.

1.3. Лингвокультурные особенности при переводе названий американских кинофильмов на русский язык

Исследования в области лингвокультурологии широко распространены в современной лингвистике. При этом зачастую в качестве лингвокультурологических, то есть обусловленных культурой явлений языка, в таких исследованиях описываются самые разнообразные языковые единицы и семантические сущности - значения, отдельные семы. Наблюдается тенденция подводить под лингвокультурологические особенности единиц практически все особенности их семантики, а при сопоставительных исследованиях всю выявляемую национальную специфику семантики (Кулинич, 2005: 17). Такой подход представляется нам неправильным, исходя из того, что далеко не вся национальная специфика семантики слова и языка в целом обусловлена отражением в семантике культуры народа.

Так, стилистические и, шире, - функционально-структурные различия языковых единиц никак не обусловлены факторами культуры, многие семантические компоненты значений слов отражают не явления культуры, которые специфичны для каждого народа, а общечеловеческие, универсальные явления материальной и духовной культуры.

Однако некоторые фразеологические единицы русского языка и их переводные эквиваленты в английском языке различаются составом компонентов и фразеологическим образом (Блисковский, 1981: 89). Они

имеют национальную специфику семантики, однако выражают одинаковые для двух культур ценности и приоритеты и не могут считаться проявлением национально-культурной специфики языка. Выявляемые различия случайны и не находят конкретного культурологического объяснения.

Полагается, что специфика внутренней формы языковой единицы, а также дифференциация языковых средств в номинации определенной предметной области, то есть специфика состава некоторой лексической группировки, далеко не всегда автоматически должны быть интерпретированы как отражение лингвокультурной специфики языка, - эти различия могут быть обусловлены чисто случайными причинами (Джанджакова, 1979: 209). Но если удастся мотивировать данные различия при помощи культурологического комментария, такие различия могут быть признаны национально-культурными. Если такая мотивация невозможна, то можно говорить лишь о национальных особенностях семантики, но не о национально-культурных особенностях семантики.

Чтобы признать то или иное значение, сему или языковую единицу, а также некоторую лексическую группировку в целом языковым отражением особенностей национальной культуры конкретного народа, необходимо рационально, объективно и правдоподобно объяснить конкретными культурными причинами. При этом необходимо, претендующих на статус лингвокультурологических единиц, что данное явление «отражает особенности культуры народа» - необходимо эксплицитно объяснить, какой культурный феномен, явление отражает та или иная единица, ее значение или семантический компонент (Кожина, 1984: 28). Тогда можно судить о национально-культурной специфике слова или его значения, отдельного компонента значения, национально-культурной специфике некоторой лексической группировки, то есть можно констатировать лингвокультурную значимость языковой единицы или лексической группировки.

Таким образом, лингвокультурная значимость языковой единицы или лексической группировки - это наличие у нее национально-культурной

специфики, то есть эксплицитно объясняемого культурными причинами национального своеобразия. Ю.Н. Подымова, обобщая исследования по лингвокультурологии, следующим образом формулирует понятие лингвокультурной специфики языка (Подымова, 2006: 27). Для лингвистического анализа наиболее оправданным оказывается определение культуры, как совокупного социально-духовного опыта человечества, согласно которому социокультурные явления существуют и развиваются в трех важнейших формах: духовной, овеществленной и институциональной (Подымова, 2006: 32).

Национальная культура отражает исторически складывающееся мировоззрение народа, реализуемое в традициях, национальных реликвиях и получающее свое отражение в языке в различных формах. М.А. Орел справедливо подчеркивает, что «национальная специфика семантики языковых единиц не всегда может быть обусловлена культурой того или иного народа, которая представляет особый тип осмысления действительности в его национальном сознании» (Орел, 2007: 235).

В.С. Модестов выделяет следующие формы проявления лингвокультурологической специфики языковых явлений: наименования исторических событий, хранящихся в исторической памяти народа; наименования культурологических реалий; наименования, связанные с национальными прецедентными текстами; наименования национально-исторических без эквивалентных реалий; наименования национально-материальных реалий; наименования, отражающие национально-культурную символику (Модестов, 2006: 235).

Отражая в своей семантике явления национальной культуры народа, подобные единицы языка составляют лингвокультурную специфику данного языка. Подчеркнем, что лингвокультурная специфика языка - это только часть его национальной специфики. Выявление лингвокультурных особенностей языковых явлений может осуществляться в форме

культурологического комментария языковых фактов или в других терминах, то есть объяснения явлений языка фактами культуры.

При переводе мы часто сталкиваемся с недостатком точных эквивалентов в языке, такое не редко происходит при адаптации пословиц и поговорок. Для более точной интерпретации того или иного заглавия кинофильма, содержащего в себе пословицу, нам необходимо рассмотреть понятие «паремия» и ее проявления в языке.

По сути пословицы и поговорки близки по характеристикам крылатым выражениям, но, в отличие от последних, они анонимны, то есть не принадлежат одному автору. (Ярцева, 2002: 164). Причина наличия вариантов одной и той же поговорки заключена в отражении в определенном языке специфических черт той местности, в которой этот язык распространен. Это значит, что за каждым народом закреплены определенные черты, присущие только ему, что и отражается в языке. Примером паремии служат различные пословицы и поговорки как в русском языке, так в английском, такие как «No man is an Island» (Один в поле не воин), «Better late than never» (Лучше поздно, чем никогда) и т.п.

Несмотря на различные компоненты конструкции, форма их, как правило, остается прежней: она является оболочкой, вмещающей в себя смысловые единицы (Арнольд, 1973: 205). Все вышеперечисленные особенности языка следует особенно учитывать при переводе с одного языка на другой. Необходимо отталкиваться от особенностей, заложенных в язык, изучая страноведение и межкультурную коммуникацию.

Необходимость перевода зарубежных фильмов на русский язык набирала популярность в 90-е годы в России. Однако на тот период времени не было достаточного количества профессионалов в этой области. Переводчики того периода понимали, что перевод фильмов имеет существенные отличия от прочих видов перевода ввиду своей специфики, продиктованной заказчиком. На российском рынке теле-, кино- и видеопродукции использовались следующие способы подготовки фильмов к

просмотру русскоязычной аудиторией: дублирование, закадровый перевод, субтитрование, синхронный перевод и др.

Итак, мы относим перевод в кино к отдельному виду перевода, сочетающему черты других видов. Принято считать, что, поскольку прагматический потенциал любого текста определяется его формой и содержанием и независим от автора, этот потенциал является объективным. В той степени, в которой прагматика текста зависит от передаваемой информации и способа ее передачи, она представляет собой объективную сущность, доступную для восприятия и анализа (Комиссаров, 1990: 73).

Но эффект, производимый на зрителя кинофильма, зависит не только от его прагматического потенциала, но и от личности самого зрителя, его знаний, культурного уровня и умения анализировать. Таким образом, анализ прагматического аспекта текста можно произвести лишь в отношении типичного, усреднённого зрителя. На первом этапе, этапе восприятия информации, переводчик сам становится реципиентом (Сазонов, 2010: 52). Поэтому, чтобы извлечь максимум информации из оригинального текста, переводчик должен обладать теми же знаниями и пониманием культурного подтекста, что и сами носители языка.

У переводчика, как и у любого зрителя, возникает собственное отношение к произведению. Но, принимая роль межъязыкового посредника, он должен стремиться минимизировать влияние своего отношения на точность передачи в переводе прагматического потенциала оригинала, то есть быть нейтральным с прагматической точки зрения.

Изучив теоретические материалы и основываясь на исторических фактах, мы можем сделать вывод о том, что киноперевод и кино в целом, играли важную роль в России в период 1990-х годов. Также следует отметить, что кино неразрывно связано с культурой российского зрителя и с американским культурным достоянием. Основываясь на вышеперечисленных выводах, стоит указать и тот факт, что название кинофильма несет в себе важные функции, которые необходимо рассмотреть более детально.

1.4. Название как единица перевода и его функции

При обозначении понятия «перевод», И.Д. Аракин подразумевает вид языкового посредничества, который в свою очередь представляет собой сам процесс перевода или результат деятельности переводчика - устный или письменный текст. Процесс перевода и его результат исходят из двуязычной ситуации, в процессе двусторонней коммуникации. Вследствие этого можно определить «перевод как процесс межъязыкового преобразования или трансформации устного или письменного текста, предъявленного на одном языке, в текст на другом языке» (Аракин, 2005: 153).

Язык в свою очередь является коммуникативной системой, а речь функционирует в процессе коммуникации для передачи информации. Суть перевода, в таком случае, заключается в передаче смысла информации, средствами другого языка. Кроме данного определения, перевод может определяться как передача мыслей, чувств, эмоций, высказанных на одном языке, средствами другого языка, или как замена текстового материала на одном языке, эквивалентным текстовым материалом на другом языке (Колшанский, 1979: 7).

Осуществляя коммуникативную деятельность в двуязычной ситуации, переводчик одновременно кодирует и декодирует обрабатываемую им информацию в кодах двух разных знаковых систем. Поэтому процесс перевода можно считать сложным видом психолингвистической деятельности в условиях двуязычной ситуации.

Адекватный и полноценный перевод обуславливает правильную, точную и полную передачу особенностей и содержания подлинника и его языковой формы с учетом всех особенностей структуры, стиля, лексики и грамматики, в сочетании с безукоризненной правильностью языка, на который делается перевод.

Таким образом, понятие перевод определяется, как процесс обработки и вербализации текста, ведущий от текста на исходном языке к эквивалентному, на языке перевода и предполагающий содержательное и стилистическое осмысление оригинала.

Наряду с понятием перевод, следует определиться с обозначением главного инструмента перевода, а именно его единицей. В настоящее время в научной среде переводоведения вопрос определения понятия «единица переревода» остается открытым. На протяжении всего существования перевода ведется полемика о том, что считать за единицу перевода и какими свойствами она должна обладать. Само понятие «единица перевода» по своей сути условно и не имеет устойчивых признаков (Колшанский, 1979: 8). Однако, не смотря на неоднозначность данного понятия, единица перевода является значимым аспектом различных переводческих концепций. Она считается основной в процессе межъязыковой коммуникации и процессе преобразования сообщения из исходного языка (далее ИЯ) в переводный язык (далее ПЯ).

Целый ряд исследователей в первую очередь выделяет слово в качестве единицы перевода. При передаче текста на другой язык, работа начинается именно с выяснения значений отдельных лексических единиц, входящих в его состав. В.С. Виноградов осветил подобный подход, отмечая, что слово - это основная единица языка, в ней хранится традиционно закрепленный набор информации (Виноградов, 2001: 160). Эта информация является той неизменной основой, которую необходимо сохранять при переводе.

Следует обратить внимание на тот факт, что часто осуществляя перевод, мы не переводим каждое слово отдельно. Вследствие этого единицей перевода называют или предложение, или минимальный отрезок речевого произведения, имеющий под собой смысл, или даже целый текст, так как понимание отдельных высказываний и их перевод зависят от содержания текста.

При этом выбор соответствующего законченного по смыслу отрезка в каждом конкретном случае целиком и полностью зависит от переводчика, чья основная задача - эффективная межъязыковая коммуникация и передача смысла информации.

Кино - одно из самых молодых и в тоже время одно из самых массовых искусств. Потенциальный зритель в первую очередь обращает внимание на то, что его интересует, а потому заголовок фильма - это ориентир при выборе фильма. Заголовок в англо-американских фильмах (особенно массового кино) играет одну из главных ролей. Основная его задача заключается в том, чтобы привлечь внимание зрителя, заинтересовать и даже поразить его, и лишь во вторую очередь заголовку поручается информационно-разъяснительная функция - сообщение зрителю краткого содержания данного фильма. Создатели выдающихся кинолент всегда пытаются раскрыть на экране мысли, переживания, характеры людей через выразительные средства - актерскую игру, слово, действия, поведение персонажей и, несомненно, в первую очередь, через название кинофильма (Baker, 1992:186).

Переходя к рассмотрению названий кинофильмов с точки зрения лингвистики, мы, прежде всего, остановимся на теоретических аспектах. В первую очередь, необходимо выделить, что название является текстом. Основными свойствами текста, по мнению многих лингвистов, являются следующие признаки: целостность; протяжённость; членимость; информативность; завершённость (Слышкин, 2004: 48).

Вопрос о названии, как о неотъемлемом элементе текста не имеет однозначного решения и до сих пор остаётся спорным. Существует ряд работ, в которых название рассматривается отдельно от текста. Другие лингвисты рассматривают название, как обязательный элемент текста, связанное с содержанием произведения глубоким внутренним смыслом. Приверженцы третьей точки зрения утверждают, что название имеет двойственную природу.

Л.Г. Бабенко в своём исследовании придерживается мнения о том, что название является неотъемлемой частью текста, обладающее своими задачами и своим значением. Тесно связанное со всеми остальными компонентами текста на семантическом и синтаксическом уровнях, частью, которой присущи в той или иной мере все признаки текста. Автор также считает, что название любой киноленты должно отвечать следующим требованиям: во-первых, нести определённую информацию о сюжете картины; во-вторых, привлекать внимание. Следовательно, основными функциями названий кинофильмов являются номинативная, информативная, рекламная и изобразительно-декоративная (Бабенко, 2000: 175).

По мнению Ю.Н. Подымовой, названия кинофильмов имеют несколько необычный знаковый статус: с одной стороны, это - знак формальный, а с другой стороны, мотивированный, обладающий уникальным значением (Подымова, 2006: 26), поскольку, по словам В.А. Лукина, «значение знака-заголовка формируется получателем с позиций его гипотезы о цельности всего текста» (Лукин, 1999: 110).

Е.В. Кныш в своём диссертационном исследовании обозначает название кинофильмов специальным термином «фильмоним». Репрезентируя произведение киноискусства, фильмоним выступает как своего рода аббревиатура фильма. Между тем, бесспорно, что сущность названий фильмов лингвистическая. Как и другие номинации - заглавия, фильмонимы образуют ономастическое поле, внутри которого выделяются зоны, причем деление можно проводить по-разному, в зависимости от того, какой критерий положен в основу классификации: жанровый, структурный, семантический или какой-либо иной (Кныш, 1992: 67).

Некоторые исследователи работают над вопросом определения критерий для разграничения названий и выявления типов или классификаций. Так, к примеру, А.В. Ламзина выделяет следующие типы названий:

- Названия, представляющие основную тему или проблему, отображенные автором в произведении.
- Названия, задающие сюжетные перспективы произведения.
- Персональные названия, значительная часть которых являются антропонимами, сообщающие о национальности, родовой принадлежности и социальном статусе главного персонажа.
- Названия, обозначающие время и пространство (Ламзина, 2006: 103).

В другом исследовании, И.В. Арнольд предлагает следующие два вида типологии заглавий: первая типология строится на основании структурно-семантических характеристик (слово, словосочетание, сочинительное или подчинительное предложение, обороты и т.д.). Вторая типология основана на характере образности, на типах связи с содержанием произведения (Арнольд, 1973: 205).

Совершенно иную классификацию названий предлагает Л.Г. Бабенко. Она распределяет заглавия по когнитивно-тематическому принципу:

- категория «человек»;
- категория «время»;
- категория «пространство»;
- категория «предметы»;
- категория «событие» (Бабенко, 2000: 135).

Классификация, которую предлагает Л.Г. Бабенко является характерной для принципа, по которому составляются тематические словари, сборники, справочники и другие виды учебников и энциклопедий, включающие в себя четкую структуру. Согласно этому типу классификации мы можем более логично распределить и названия фильмов, для выявления особенностей той или иной группы кинофильмов.

Учитывая ведущую роль информативной функции, следует выделить три основных семантических типа фильмонимов: собственно-

информативные; информативно-концептуальные; информативно-образные. Фильмонимы отличаются предельно лаконичной структурой и обнаруживают черты, присущие заглавиям как самостоятельным речевым единицам. Стилистические особенности фильмонимов обусловлены действием рекламной функции. Стилистически маркированными являются фильмонимы, выразительность которых достигается с помощью языковых средств разных уровней (Кныш, 1992: 65).

Заголовок, предваряя фильм, несет в себе определенную информацию о содержании. Можно сказать, что он занимает стилистически сильную позицию. Человек редко просматривает все фильмы, он выбирает только то, что его интересует, руководствуясь названиями кино. Исследования психологов показывают, что 80% зрителей уделяют внимание только заголовкам (Выготский, 1998: 278). Заголовок кинофильма воспринимается как некая его реклама, удобный ярлык, по которому зритель определяет - хочет он или не хочет смотреть данный фильм.

С этой точки зрения, заголовок кинофильма, существует уже в публицистическом, а не в художественном дискурсе. Это не противоречит, впрочем, определению текста в целом и художественного текста в частности. По крайней мере, видимо, именно с этим свойством связана отмеченная выше способность искусства коррелировать с читателем, и выдавать ему именно ту информацию, в которой он нуждается и к восприятию которой подготовлен.

Вышеперечисленные особенности заголовка определяют его классификации. Информативную функцию заголовков подробно рассмотрел исследователь З.Д. Блисковский. В его классификации заглавия различаются в зависимости от того, один или несколько элементов смысловой схемы текста выражает заголовок. По этому признаку выделяются однонаправленные и комплексные заглавия (Блисковский, 1981: 72).

Однонаправленные заглавия соотносятся с одним элементом смысловой структуры текста. Где тема текста входит в состав его основной

мысли. Это тезис, который раскрывается системой тезисов, составляющих текст. Основная мысль включает тему содержания фильма. Одно из главных назначений заголовка - сообщить зрителю о теме, которую ему предлагает фильм.

Существуют тематизирующие заголовки, представляющие собой цитату или известное выражение, относящееся к описываемому событию. Комплексные заголовки соотносятся с несколькими элементами структурной схемы текста одновременно. Они передают усложненную информацию. Степень их информативности выше, связи этих заглавий с текстом многообразны, что является одним из средств повышения выразительности текста. Широко используется переносное значение слов. Также комплексный заголовок может отражать два смысловых элемента текста, когда он построен на явлении многозначности слова.

Также В.В. Пронин отмечает особенность грамматического построения заголовков. Он затрагивает вопрос о выразительности современных заголовков. В.В. Пронин в своей статье «В заглавии суть» отмечает: «Сегодня заголовки, как правило, строятся по нетрадиционным моделям. Долгое время господствовавшие принципы, согласно которым заголовки должны быть сжаты и кратки, сменились на противоположные. И вообще наступило время «авторской свободы» - в заголовки пошли цифры, аббревиатуры, имена собственные, разговорные слова и сленг, фрагменты на английском» (Пронин, 1987: 208).

Рассмотрим, каковы были принципы организации заголовка в американских фильмах, предложенные М. Шостак:

- Повествовательный заголовок чаще всего используется не для фильмов, а для новостей.
- Время от времени возвращается мода на заголовок, переходящий в крупный текст. Заголовок-констатация может состоять из двух-трех предложений. В этом случае заголовок становится как бы отдельным кратким сообщением. Для заголовков кинофильмов, однако, это нетипично.

- Заголовок-резюме или комментирующий заголовок. Не редкость резюме с ироничной «оговоркой». Такие составные заголовки создают дополнительные возможности для комментирования текста. В 90-е годы эти заголовки были очень популярны.
- Заголовок-парадокс. Он пробуждает любопытство, шокирует зрителя, а иногда искусственно усиливает значимость сообщения не особенно оперативного, важного.
- Имена в заголовке, упоминание участников события, усиливает интерес к тексту. Иногда это прямая эксплуатация известного случая с однофамильцами.
- Эффективен и очень распространен заголовок-цитата, где возможно прямое цитирование.
- Игровой заголовок это, прежде всего перефразировка, игра слов.
- Также нужно отметить употребление в заголовках практически всех знаков препинания (Шостак, 1998: 23).

Возможности грамматического построения заголовков настолько разнообразны, что, имея определенный навык и теоретическую подготовку, можно создавать интереснейшие образцы заглавий. По каким-то причинам современные авторы мало используют игру слов, тропы и фигуры. Это серьезное упущение, так как выразительные средства языка делают заголовок более ярким и, при умелом использовании, помогают предать заголовку скрытый смысл, раскрыть авторскую позицию. Редко встречаются и заголовки-ссылки на литературу, хотя они оказывают сильное эмоциональное воздействие на зрителя.

Вследствие этого, мы полагаем, что название можно рассматривать в качестве единицы перевода, а в отдельных случаях существует возможность приравнять его к единице перевода. Следует также учитывать лингвистические характеристики заголовков кинофильмов. Также мы делаем вывод о том, что названия кинофильмов в современном научном мире, стараются рассматривать отдельно от текста и придают определенное

значение этому понятию, определяя его как «фильмоним». Это указывает на то, что функции названий при переводе и восприятии кинофильма имеют большое значение, как для переводчика, так и для аудитории, для которой создается кино. Вслед за этим, стоит указать на неразрывную связь кинофильма и его названия с влиянием его на культуру и язык зрительской аудитории.

1.5. Влияние языка американских кинофильмов на зрительскую аудиторию постсоветской России

Кино в 20 веке стало доступной сферой развлечения. Люди перестали задумываться над тем, что кино - это искусство. Кинематограф представляет ценность для воспитания и формирования личности не только как одно из лучших средств воспроизведения действительности, но и как способ ее осмысления (Слышкин, 2004: 32). Фильмы могут быть в различных жанрах. В теории фильма жанр обращается к первичному методу классификации фильма.

Для понимания специфики жанров и выявления причин популярности одних и отсутствия интереса к другим, следует изучить теоретические аспекты и сущность жанровой структуры кинематографа эпохи перестройки.

В связи с упадком отечественного кинематографа в 90-е годы в России наибольшую роль в прокате играло американское кино. На фоне популярности интереса к зарубежным кинолентам в культуру, и что не маловажно в язык вошли такие понятия, как «вестерн», «триллер», «хоррор», «криминал» и другие названия жанров кино, ранее не существовавшие в лексиконе российского зрителя.

В России периода 90-х годов, однако, при огромном количестве выпускаемых фильмов, в том числе и экспортируемых из США, лишь

немногие из них могут восприниматься как высокохудожественные. В большинстве своем фильмы направлены на массовое потребление, на развлечение зрителя. На тот момент в мире были сформированы более 20-ти жанров кино. Из них в России были популярны меньше десяти.

Жанр кинематографа «фантастика» в английском языке встречается, как «Speculative fiction», появился в годы «перестройки» в России благодаря американским фильмам. Понятие «фантастика» крепко закрепилось в умах народа и стало повсеместно использоваться в разных ситуациях общения. Вместе с ним, изначально литературный жанр «фэнтези» (от англ. *fantasy* - фантазия), но в постсоветское время набирающий все большую популярность жанр кино, так же пополнил словарный запас любителей этого направления в России (Орел, 2007: 135).

Боевик очень распространенный жанр кинематографа, в котором большое внимание уделяется насилию, а именно дракам, перестрелкам, погоням, спецэффектам. В начале 90-х годов этот жанр имел название «экшн» от английского слова «action» в переводе означающее «действие». Сюжет боевика весьма прост: как правило, главный положительный герой борется со злом и, в итоге, ликвидирует отрицательных персонажей. Он привлек огромный интерес публики в постсоветское время, и вместе с тем, привнес в речь русских людей само слово «боевик» и его аналог «экшн».

Характерное для США понятие «вестерн» (англ. *Western* - западный), до появления кинофильмов этой категории ранее не существовало среди российских зрителей. Действие в вестернах в основном происходит во второй половине 19 века на Диком Западе - будущих западных штатах США, а также в Западной Канаде и Мексике. По сюжету в центре внимания обычно жизнь и приключения искателя, ковбоя или стрелка (Yin, 2009: 172).

Киноленты в стиле «криминал», где в основе лежат аферы, разборки бандитских группировок, смелые ограбления, остросюжетные погони и борьба с преступным миром завоевали сердца зрителей после распада Советского Союза. Название данного жанра исходит от английского слова

«crime»), что в переводе означает «преступление». Понятие об этом жанре отсутствовало у русской аудитории, однако популярность данного жанра поспособствовала появлению в русской речи заимствованного английского слова «криминал» (Тихонова, 2017: 30).

Напряженная атмосфера и внезапный испуг - приемы жанра хоррор. Кинофильмы, в которых целью является внушение зрителю чувства страха, в переводе с английского слова «horror» означает «ужас». В изначальной интерпретации понятие вошло в язык, словом «хоррор» и закрепилось в речи русского зрителя.

Вместе с тем, под влиянием любительского перевода кинофильмов, в ранний период перестройки, в речи зрительской аудитории можно было встретить предложения, построенные с использованием калькирования американской модели построения грамматических конструкций. Такого рода лингвистическая интерференция возникла впоследствии влияния американских субтитров и некачественного перевода, часто встречающихся в популярных кинофильмах того периода. Под влиянием просмотренных фильмов речь русской зрительской аудитории закономерно претерпела изменения.

Так, примером, такого рода уподобления в речи, являлись перевод выражения «Enjoy the party!», который в свою очередь ошибочно был переведен, как «Наслаждайтесь вечеринкой», вместо более удачной интерпретации - «Приятно провести время» или «Желаю отлично повеселиться». Императив «наслаждайтесь» в русскоязычном диалоге выглядит грубо, но, несмотря на это, он активно вошел в речь и стал применяться русскоязычными носителями в разных ситуациях общения.

Следующим примером служит реплика «We have a situation» из многочисленных американских кинофильмов 90-х годов. Эту фразу нередко переводили буквально: «У нас возникла ситуация», что совершенно не по-русски, да и просто неверно. В этом случае правильный перевод: «У нас возникла проблема». Однако неверная интерпретация выражения легко

вошла в язык бытового общения русского зрителя и оказала большое влияние на речь (Тихонова, 2017: 30).

Таким образом, кинофильмы в разных жанрах являются своеобразными учебниками жизни, однако, в полной мере воспитательная функция американского киноискусства не может рассматриваться упрощенно, в аналогии с воздействием кино на поколения людей предыдущих лет (Сазонов, 2010: 51).

Наряду с киноведческими классификациями, опирающимися на свою собственную систему критериев, у классификации жанров кинофильмов есть отчетливая коммерческая и маркетинговая задача - сориентировать зрителя на предмет, какой примерно фильм он увидит в ближайшие несколько часов, интересуется ли его это зрелище и стоит ли отдавать за просмотр фильма денежные средства. Поэтому жанровая принадлежность фильма, обычно, имеет большое значение в случае его проката в кинотеатрах и показа на телевидении. Вместе с тем названия киножанров привнесли новые понятия в язык русскоговорящих людей, тем самым повлияв на культуру постсоветской России.

Выводы по ГЛАВЕ I

Изучив теоретическую базу исследования, мы можем сделать следующие выводы. Во-первых, при анализе исторических фактов, повествующих о положении зарубежного кино в период «перестройки», выяснилось, что американская киноиндустрия заняла лидирующие позиции в культурной жизни русского народа. Причины тому скрыты в упадке экономики и духа общества в связи с кризисом и дефолтом. На фоне удручающих событий принятие политики гласности и активно развивающегося культурного обмена, пошло на пользу социуму.

Во-вторых, опираясь на научные труды в области лингвистики, стоит отметить, что перед создателем адаптационной русской версии названий американских кинофильмов стоит не простая задача выбора дефиниций понятия «единица перевода». В ходе изучения, выяснилось, что точного определения понятия нет, и все зависит от подхода, которым пользуются переводчики при передаче информации. Так же стоит отметить, что главной задачей перевода является передача смысла сообщения, а не строгое соблюдение правил при передаче «единицы перевода».

В-третьих, анализ научных исследований, касающихся классификации названий показал, что однозначной категории не выявлено. Ряд ученых работающих в этой области не дают универсальную классификацию названий.

В-четвертых, мы выявили, что выведенный термин «фильмоним» является особым разрядом существительных и обладает информативной, рекламной и воздействующей функцией. Анализ названий фильмов свидетельствует о популярности использования названий в СМИ для продвижения культурной пропаганды на начальном этапе развития страны новой формации.

Изучив и проанализировав культурные тенденции и исторические предпосылки российского общества в период перестройки, мы можем отметить, что американская киноиндустрия повлияла на восприятие людей и обогатила культурным потенциалом для дальнейшего продуктивного развития отечественного кинематографа и индустрии развлечений в целом.

Мы также пришли к выводу о том, что вопросы жанрового разграничения кинофильмов не влияют на интерес зрителей к зарубежному кино. Благодаря расширению культурных связей и активному росту интереса к западным странам, мировоззрение и ценности народа взяли новый курс.

В завершении стоит подчеркнуть, что на популярность одних картин и неудачу других, в большей степени влияли установки сложившихся стереотипов, индивидуальные качества зрителя и возрастные категории. Языковая картина мира является неотъемлемой частью культуры, которая отражает внешний мир сквозь призму традиций, ценностей и стереотипов народа.

ГЛАВА II. Исследование лингвокультурных особенностей названий американских кинофильмов

2.1. Смысловое соотношение названия и содержания кинофильмов

В настоящем исследовании методом сплошной выборки нами было выделено 100 названий американских кинофильмов периода 1990-х годов самых популярных жанров того времени, а именно фантастика, комедия, драма, мелодрама, криминал, ужасы, триллер, биография. Для начала, опираясь на названия кинофильмов, мы подробно рассмотрим классификацию Л.Г. Бабенко в данном параграфе.

Согласно теории исследователя, категории «человек», «время», «пространство» описаны как универсальная формула, которая применима к любому художественному тексту. На категориях «событие» и «предметы», как правило, строится вся линия действия в произведении. В нашем исследовании стоит задача выяснить насколько применима классификация, разработанная Л.Г. Бабенко, по отношению к названиям американских кинофильмов.

Распределение названий кинофильмов по категориям «человек», «время», «пространство», «событие», «предметы» позволяет выявить не только общие тенденции выбора названия, но и провести концептуальный анализ оснований выбора заголовка авторами-создателями.

Согласно результатам наших подсчетов, обозначение человека или главного героя в названиях кинофильмов играет главную роль, - 43 кинофильма из 100. Далее по частотности соотнесения следуют категории «предметы» - 24 названия, «события» - 22 названия, «пространство» - 11 названий. Категория «время» проявляется в самой меньшей степени - одно

название из ста исследуемых. Рассмотрим теперь все категории более подробно.

Основываясь на результатах подсчетов, мы можем утверждать, что из представленных категорий большей частотностью обладает категория «человек». Это можно объяснить намерением режиссеров и авторов-создателей привлечь внимание к личности героя и показать его неотъемлемую значимость в происходящих событиях на экране. Название также может называть именем собственным главного героя «Judge Dredd», «Meet Joe Black», «There's Something About Mary», «Doctor Dolittle», «Forrest Gump», «Good Will Hunting», «Patch Adams», «Edward Scissorhands», «Donnie Brasco», «Dracula», «Curly Sue», «The Big Lebowski», «Deuce Bigalow: Male Gigolo», «Oscar». Решение создателей кинофильмов указать в названии действующие имена главных героев, обусловлено прагматичным желанием придать фильму более реалистичный эффект или сделать отсылку к реально существующим личностям, которые, вероятнее всего, будут известны большему количеству зрителей.

Из вышеперечисленных названий, в свою очередь, следует выделить названия, в которых имена собственные указаны с прилагательным, характеризующим героя или с определяющим словом, обозначающим род занятий того или иного персонажа: «Judge Dredd», «Doctor Dolittle», «Curly Sue», «The Big Lebowski», «Deuce Bigalow: Male Gigolo». Из этого мы можем сделать вывод, что создатели фильмов всегда стараются раскрыть смысл киноленты в названии, уместая емкий и интригующий контекст в одну фразу.

Другие названия кинокартин не называют конкретного имени персонажа, создатели указывают только род занятий человека, например, «The Cable Guy», «The Postman», «Kindergarten Cop», «Terminator 2: Judgment Day», «Last Action Hero», «The Waterboy», «The Last Boy Scout», «The Bone Collector», «The Devil's Advocate», «The Bodyguard». Существуют названия, которые дают характеристику действиям персонажа или же иным способом указывают на него. Примером такого подхода к обозначению героя являются

такие кинофильмы, как «Liar Liar», «Dumb and Dumber», «Sleepless in Seattle», «Pretty Woman», «Home Alone», «Problem Child».

К данной категории мы также отнесли названия, которые указывают на живые сущности и выступают в качестве главных героев, содержащие в себе животных, несколько героев и другие обозначения, заявленные в заголовке, опираясь на обобщенное понятие «человек», интерпретировав его, как определение - персонаж кинофильма. В рассмотренных нами примерах, стоит выделить следующие фильмы: «Twelve Monkeys», «Bad Boys», «Ghost», «Wolf», «Goodfellas», «Twin Sitters», «Men in Black».

В данной категории, возможно, выделить гендерный аспект. Проанализировав названия кинофильмов, мы выявили, что из 43 заглавий 28 отражают принадлежность к мужскому полу, и только 4 названия имеют соотношение с женским. Остальная часть примеров, состоящая из 11 названий, является полеассоциативной и ее нельзя отнести к гендерной группе.

Далее в категории «человек», стоит отметить, что она вполне применима к названиям кинофильмов и ее стоит рассматривать в качестве инструмента для их анализа. Также стоит отметить, что создатели фильмов в большинстве своем, используют прагматическую направленность при обозначении фильма, именно поэтому чаще всего останавливаются на главном герое, указывая именно его в окончательном наименовании кинофильма.

Второй по частотности категорией согласно классификации Л.Г.Бабенко является категория «предметы». В кинофильмах, как и в жизни, человек уделяет большое значение предметам, это то, что нас окружает, то, что имеет для нас смысл. Категория «предметы» встречается во всех исследуемых нами жанрах кинофильмов.

Предметы, как правило, воспринимаются зрителем как нечто существенное материальное и в киноиндустрии 1990-х годов мы часто встречаем такие названия, как «The Mask», «Stargate», «Pulp Fiction», «The

Ninth Gate», «The Game», «Schindler's List», «Eraser», «Titanic», «Lock», «Stock and Two Smoking Barrels», «The Rock», «Other People's Money», «Switch». Это объясняется тем, что такого рода слова мгновенно вызывают образы в сознании у зрителя и подогревают их интерес к картине. Но стоит отметить также названия, имеющие более абстрактных характер: «The Matrix», «Blue Streak», «Gattaca», «The Truman Show», «Se7en», «Addams Family Values», «The Scarlet Letter», «The Devil's Own». Создатели кинофильмов, таким образом, создают больше возможностей зрительной аудитории. В сознании потенциального зрителя рождается интерес и желание посмотреть киноленту, так как названия такого типа не дают полной картины происходящего и содержат интригу.

В этой категории следует отметить названия, содержащие в себе метонимию, которая указывает на часть объекта вместо целого: «The Hand That Rocks the Cradle», «Eyes Wide Shut», «Face/Off». Использование такого приема позволяет нам судить о том, что авторы кинофильмов старались, таким образом, подогреть интерес к киноленте и привлечь как можно больше зрителей к картине. Возможно, именно такой способ обозначения названий и привел к огромному интересу русской аудитории к американским кинокартинам, так как зрители расценивали их как нечто неизведанное и интересное, что не было доступно ранее.

Следующая группа кинофильмов была определена в категорию «событие». Главное действующее лицо на экране всегда является основным участником каких-либо увлекательных событий, и в названиях фильмов достаточно часто встречаются обозначения приключений, в которые попадает персонаж. Так или иначе, события, происходящие в фильме, влияют на его название. В заглавии может быть представлено конкретное событие или группа событий. К примеру, в кинофильмах «Independence Day», «Groundhog Day», «Interview with the Vampire: The Vampire Chronicles», «Heat», «Trainspotting».

В названиях фильмов какое-либо событие может быть указано вместе с местом его действия, т.е. происходит взаимодействие категорий «события» и «пространства»: «The Shawshank Redemption», «Return to the Blue Lagoon», «Escape from L.A.», «Fear and Loathing in Las Vegas».

Названия категории «события» могут передавать идею конкретной ситуации «When a Man Loves a Woman», эмоционального состояния героев «The Silence of the Lambs», «Cruel Intentions» или призыв к действию «Stop! Or My Mom Will Shoot», «Total Recall». Заголовки фильмов данной категории иногда могут выражать одновременно и главную идею фильма, его мораль «Jingle All the Way », «Die hard», « Scent of a Woman», «It Takes Two». Мораль постепенно выводится из цепи событий фильма и является его своеобразным нравственным итогом: «Nothing to Lose», «As Good as It Gets» «What Dreams May Come». Такого рода заголовки в наибольшей мере характерны для фильмов мелодраматического жанра.

Четвертой по популярности среди американских названий кинофильмов, по результатам нашего исследования, является категория «пространство». Условно их можно разделить на группу, в которой указывается здание: «Fight Club», «54», «The Thirteenth Floor», «Four Rooms». Также следует выделить названия, связанные, так или иначе, с обозначением местности: «Jurassic Park», «Sleepy Hollow», «Tombstone». Все они по своему производят впечатление на потенциального зрителя. Однако, большое количество взглядов приковывается к кинофильмам, которые содержат в своем названии загадочное, неоднозначное место действия, к примеру, такие как: «The Green Mile», «Miller's Crossing», «Reservoir Dogs», «The Edge».

Достаточно редкой для названий американских кинофильмов является категория «время». Время может быть помощником или, наоборот, противником героев в фильме, время суток или года может влиять на происходящие события. Название фильма может отражать день, месяц или год, когда произойдет какое-либо важное событие, описываемое в фильме, однако в период 1990-х годов не уделялось большое внимание этому факту.

Среди исследуемых названий, нами был выявлен всего один случай, в котором указывалось время, а именно в кинофильме «End of Days». Однако и этот случай является спорным, так как мы не можем наверняка выявить мотив автора при выборе названия. Использовал ли создатель его в качестве обозначения события или буквально указывал на временной промежуток времени, без контекста и прояснения смысла, трудно дать однозначную оценку.

С точки зрения структурных особенностей заголовков американских кинофильмов, следует отметить, что здесь преобладают названия-словоформы и названия-словосочетания. Средняя длина названия составляет 2-3 слова. Названия-предложения также встречаются, но они достаточно редки. Такие заглавия, благодаря своему объему, могут выражать основную мысль фильма или обозначать проблему: «Stop! Or My Mom Will Shoot», «Interview with the Vampire: The Vampire Chronicles».

Поскольку при формировании заголовков на передний план выносятся категория «человек», т.е. имя героя, то с лингвистической точки зрения ведущей частью речи является имя существительное. Оно и представляет собой название-словоформу.

Таким образом, проанализировав самые популярные киноленты 1990-х годов, мы делаем вывод о том, что центральной категорией в названиях американских кинофильмов является категория «человек». Заглавия этой категории характерны для большинства представленных жанров. Названия категории «событие» встречаются в основном в триллерах и криминальных жанрах, но заголовки, связанные с категориями «событие» и «пространство», преобладают в фильмах различных жанров.

Название фильма во многом диктуется его жанровой принадлежностью. Существует общая тенденция не перегружать заголовки лексически и грамматически, поэтому преобладают названия-словоформы и названия-словосочетания.

2.2. Анализ лингвокультурных особенностей названий американских кинофильмов

Исследуемые нами примеры названий американских кинофильмов, которые были популярны в России в 1990-е годы, в свою очередь, следует рассмотреть через призму культурных и лингвокультурных особенностей. Перестройка в государстве приводила к перестройке во всех сферах жизни россиян. Переход к либеральным взглядам происходил как в политической жизни страны, так и в культурной.

Перестройка в киноиндустрии, начавшаяся с выхода на экраны ранее запрещенных зарубежных фильмов, была отмечена интенсивными творческими поисками американских кинематографистов. Так как именно кинофильмы производства США завоевали сердца зрителей постсоветского пространства, что поспособствовало большому потоку импорта зарубежного кино в Россию. Известно, что кино 90-х годов проиграло по сборам и зрительскому интересу зарубежному кино.

Несмотря на рост интереса к американскому кино как таковому, столь большая популярность во многом была достигнута благодаря создателям фильмов, а впоследствии и переводчикам, которые адаптировали названия кинолент таким образом, что они занимали одни из первых мест среди кассовых сборов в российских кинотеатрах.

Для выявления лингвокультурных особенностей американского варианта английского языка мы проанализируем названия американских кинофильмов, а также сравним культурные и ментальные различия двух культур.

Вначале, следует отметить фильмы, которые были сняты по мотивам известных книг. Известно, что во времена перестройки стали доступны не только зарубежные киноленты, но и огромное количество литературы. В связи с этим, в большинстве случаев, названия кинофильмов, которые

повторяли заголовки книг, чей сюжет экранизировали, оставались неизменными. Это было сделано для того, что бы зритель сразу узнавал, о чем будет фильм и, следовательно, кино привлекало большую аудиторию. В таком варианте киноленты часто доходили и до русской аудитории.

Среди экранизаций произведений, довольно часто, встречались малоизвестные авторы, но после выхода кинофильма, книга начинала набирать популярность. Так, например, сценарий фантастического фильма о пришельцах «Men in Black» (Люди в черном) был написан по мотивам графических новелл «The Men in Black» Ловелла Каннигама. Эти комиксы были изданы в 1990 году и не были широко известны даже в США, но среди молодежи постсоветского пространства такие комиксы набирали популярность и молодые люди были хорошо осведомлены, о чем будет идти речь в кинофильме. Именно поэтому в российском кинопрокате оставили оригинальное название.

«The Scarlet Letter» (Алая Буква) - роман американского писателя Натаниеля Готорна был опубликован в Бостоне в 1850 году и с тех пор считается одним из краеугольных камней американской литературы. Это был первый американский роман, вызвавший широкий резонанс в Европе. Русский перевод появился в 1856 году под названием «Красная буква». Американский художественный фильм, выпущенный 1995 года, историческая драма, оказался провальным как в США, так и в Европе. Однако, в России он вызвал много положительных эмоций, несмотря на раннее неизвестное название. Это было вызвано тем, что постсоветский зритель впервые наблюдал столь резонансную картину на большом экране, после отмены строгой цензуры в стране.

Драма «Forrest Gump» (Форрест Гамп) поставлена по одноимённому роману Уинстона Грума, написанному в 1986 году. Он вышел на отечественные экраны в 1994 году без изменения оригинального названия. Фильм знакомит зрителей с множеством исторических моментов,

показанных на фоне жизненного пути умственно отсталого, но удачливого человека.

Имел место и тот факт, что экранизации снятые по книгам Стивена Кинга пользовались популярностью среди молодежи и поколения постарше. Однако, повесть Стивена Кинга «Rita Hayworth and Shawshank Redemption» (Рита Хейуорт и спасение из Шоушенка) впервые была опубликована в 1982 году и в Америке была экранизирована в 1994 году Фрэнком Дарабонтом под названием «The Shawshank Redemption» (Спасение из Шоушенка). Создатели киноленты намерено убрали из оригинального названия имя американской киноактрисы и танцовщицы, одной из наиболее знаменитых звёзд Голливуда 1940-х годов. В русской версии картина была также адаптирована и носит название «Побег из Шоушенка», так как русскому зрителю на тот момент не была известна голливудская актриса.

Слово «redemption» может иметь значения - «искупление», «спасение», «освобождение», однако в российском кинопрокате это значение заменили словом «побег». Такая интерпретация названия, вероятнее всего, была выбрана для отсылки русских зрителей к произведению автора, которое было опубликовано задолго до выхода фильма. Данная адаптация, придуманная для привлечения интереса зрителей и на наш взгляд, является более удачной и интригующей.

В конце 1990-х годов автор имел большой авторитет среди читателей и, несомненно, фильмы, снятые по его сценариям тоже имели вес среди российских поклонников. Так, «The Green Mile» (Зеленая миля) мистическая драма по одноимённому роману Стивена Кинга была снята в 1999 году, а сам роман вышел тремя годами ранее в 1996 году и был весьма популярен в России и именно поэтому, в свою очередь, сохранил свое название.

Фильм «Girl, Interrupted» (Девушка, остановись) снят в 1999 году по одноименному автобиографическому роману, опубликованному в 1993 году, американской писательницы Сюзанны Кейсен, в основу которого были положены ее воспоминания о времени, проведенном в психиатрической

клинике в конце 60-х. Название книги происходит от названия картины голландского художника Яна Вермеера «Girl Interrupted at her Music» (Прерванный урок музыки), которая упоминается в романе. Это та самая картина, с которой девушка смотрит прямо на зрителя и не обращает внимания на стоящего рядом учителя музыки. В российский прокат кинофильм вышел под названием «Прерванная жизнь», так как переводчики посчитали, что зрителю не будет понятно оригинальное название из-за его привязке к неизвестной для российской аудитории картине и оттолкнет от просмотра фильма. Адаптированная версия названия содержит в себе интригу и будоражит воображение, на наш взгляд, выражение «прерванная жизнь» содержит драматизм и передает трагический смысл картины, а значит, является более удачным.

Наиболее популярными в перестроечное время были кинофильмы с всемирно известными героями, например, роман ирландского писателя Брэма Стокера, впервые опубликованный в 1897 году, экранизировали в 1998 году и он получил одноименное название «Dracula» (Дракула). Главный герой - вампир-аристократ граф Дракула знаком русскому зрителю благодаря отсылкам к другим произведениям про вампиров и мистических существ, именно поэтому кинофильм обрел популярность.

Нередко российский кинозритель обращал внимание не только на название экранизации, но также на ее создателей. Так, к примеру, готический фильм ужасов 1999 года режиссёра Тима Бертон, вольная экранизация новеллы «The Legend of Sleepy Hollow» (Легенда о Сонной Лощине) Вашингтона Ирвинга приобрела успех благодаря таланту режиссера, которого так полюбил зритель.

Помимо классических произведений, отечественная аудитория интересовалась современными американскими авторами. Когда Чак Паланик выпустил роман «Fight Club» (Бойцовский клуб), за короткое время он стал мировым бестселлером, в том числе набирал популярность и в постсоветском пространстве. Это означало, что к экранизации произведения будет

приковано особое внимание. Так и произошло в 1996 году, после того как режиссер Дэвид Финчер выпустил картину в свет, оставив оригинальное название. Российский зритель с большим интересом знакомился с кинофильмом, так как до этого прочел роман.

Интерес отечественной аудитории рос не только к фантастическим экранизациям. Зрителям в постсоветское время было интересно так же узнавать об исторических событиях, знакомиться с разными точками зрения и, несомненно, понять американский взгляд на мир. Историческая драма режиссёра Стивена Спилберга 1993 года повествует о немецком бизнесмене и члене НСДАП Оскаре Шиндлере, спасшем более одной тысячи польских евреев от гибели во время Холокоста. Она пользовалась авторитетом среди зарубежных исторических экранизаций того времени в отечественных кинопрокатах. «Schindler's List» (Список Шиндлера) основан на романе Томаса Кенилли «Ковчег Шиндлера», посмотрев который русский зритель понимает, что в США так же, как и в России, трактуют события Второй мировой войны и стремятся сохранить память о ней. Такое понимание дает представление о ценностях американского народа и его менталитете, что является ценным для зрителя того периода.

Помимо американских экранизаций литературных произведений в 1990-х годах были актуальны ремейки на известные ранее кинофильмы, а также кинофильмы, сценарии которых были основаны на реальных событиях. Примером такой популярности служат многие американские рейтинговые кинофильмы периода 90-х годов.

Экранизация одноимённого произведения Генри Де Вер Стэкпула «The Blue Lagoon» (Голубая лагуна) была выпущена в США в 1980 году. В то время в Америке картина привлекла большой интерес. Однако, продолжение фильма «Return to the Blue Lagoon» (Возвращение в Голубую лагуну) с новыми персонажами пересняли в 1991 году, и оно не было удачным и проиграло по кассовым сборам первому фильму. Несмотря на это на российских зрителей большее впечатление произвела именно вторая версия

кинофильма, так как большинство из них не видели фильм, вышедший в 1980 году.

«Scent of a Woman» (Запах женщины) американский ремейк одноименного итальянского фильма Дино Ризи. Фильм снят по роману Джованни Арпино «Мрак и мёд» 1969 года. Исполнитель главной роли Аль Пачино на кинопостере также привлек большой интерес российской публики, так как он был очень известен в то время. Благодаря этому в кинопрокате оставили неизменным название кинофильма, и зрителям была предоставлена возможность самим проникнуться в замысел автора, так как оригинальное название произведения не редко дает ключ к разгадке сюжета.

Патч Адамс - американский врач, общественный деятель, больничный клоун и писатель. Адамс в настоящее время проживает в Урбане, штат Иллинойс и пропагандирует свою «альтернативную» концепцию здоровья совместно со своим институтом. В 1998 году в США выпустили фильм, повествующий о жизни неординарного врача под названием «Patch Adams» (Целитель Адамс). В буквальном переводе на русский язык название звучит как «Патч Адамс» или «заплата Адамс», что для американского зрителя дает отсылку к их известному национальному герою. Напротив, в кинопрокате периода перестройки решили заменить незнакомое отечественному зрителю слово «Патч» на благозвучное «целитель», тем самым повышая рейтинги фильма.

В след за ним, к экранизациям исторических событий следует отнести американский фильм-катастрофу 1997 года, снятый режиссёром Джеймсом Кэмероном, в котором показана гибель легендарного лайнера «Титаник». Британский трансатлантический пароход на момент ввода в эксплуатацию являлся самым большим судном в мире. В ночь с 14 на 15 апреля 1912 года во время первого рейса потерпел крушение в северной Атлантике, столкнувшись с айсбергом. Создатели адаптированной русской версии, учитывая осведомленность зрителя о катастрофе, не стали буквально переводить название фильма, как «титанический» или «гигантский», а

оставили оригинальное название при помощи транслитерации. В связи с этим, в русском языке это слово стали воспринимать как имя собственное, а для американцев оно по-прежнему осталось нарицательным.

Далее к этой категории кинофильмов необходимо добавить криминальную драму режиссера Майка Ньюэлла, основанную на реальной истории сотрудника ФБР Джозефа Д. Пистоне, внедренного в мафиозную группировку «семья Бонанно» в 1970-х годах. «Donnie Brasco» (Донни Браско) вышел на отечественные экраны в 1997 году и несмотря на оставленное в оригинале название также привлек внимание молодежи, которую привлекала атмосфера криминала в те годы.

В след за фильмами и книгами набирала популярность среди отечественной аудитории зарубежная музыка, в особенности американская. Доказательством этого является тенденция 90-х годов привлекать внимание российского зрителя к американскому кино, используя в названии строчки из знаменитых американских песен. Своеобразная отсылка к музыкальным произведениям привлекала американцев к новым фильмам, так как любовь к отечественной музыке заложена в их менталитете и они сразу угадывали в названии популярный хит. В эпоху перестройки в России дело обстояло иначе, часто строчки из популярных американских песен заменяли аналогом русских или искали замену, подходящую по смыслу содержания картины. Этот факт объясняется тем, что в кинопрокате не было уверенности в успехе фильма с оригинальным названием.

В доказательство этого следует пример фильма «It Takes Two» (Для этого нужны двое) снятый в 1995 году режиссером Энди Теннант. Название знаменитого фильма было заимствовано у знаменитой песни. «It Takes Two» сингл Микки Стивенсона выпущенный в 1965 году в США. Песня была написана для дуэта, певицы Ким Уэстон и певца Марвина Грея. Несмотря на лирическое название, песня звучала энергично и напористо. Изначально выражение звучало как «It takes two to tango» (Нужны двое, чтобы танцевать танго). Всем известно, что танго можно танцевать только вдвоем, поэтому

смысл этого высказывания заключается в том, что если произошла неприятная ситуация, где участвовало два человека, то и ответственность несут двое. Такая интерпретация названия фильма отчетливо перекликается с сюжетом, именно по этой причине автор использует его. Однако для русской версии фильма в кинопрокате поменяли название на «Двое: я и моя тень». На наш взгляд, такая адаптация является более удачной и отражает русскую ментальность и понятна каждому зрителю.

Следующий пример, также подтверждает факт того, что отсылка к американским песням не всегда удачно подходит для адаптации зарубежных фильмов в постсоветских кинопрокатах. «Jingle All the Way» (Звонят колокольчики всю дорогу) американский рождественский семейный комедийный фильм 1996 года, снятый режиссёром Брайаном Левантом. Режиссер позаимствовал строчки из песни «Jingle Bells», одной из самых известных американских музыкальных произведений. Она была написана ко дню благодарения Джеймсом Лордом Пьерпонтон и зарегистрирована под названием «One Horse Open Sleigh» в 1858 году, переведена на многие языки мира. Особую популярность получила в 1940-е годы в исполнении Б. Кросби. С течением времени песня стала восприниматься американцами, как рождественская. Для русского проката фильма не могли найти единое название, поэтому зрители могли часто видеть такие варианты, как «Здравствуй, Дедушка Мороз!», «Подарок на Рождество» и другие названия подходящие рождественской или новогодней тематики.

«Pretty Woman» (Красотка) американская комедийная мелодрама режиссера Гарри Маршалла. Название фильму дала знаменитая песня Роя Орбисона. Композиция «Oh, Pretty Woman» (О, милая женщина) выступила в качестве саундтрека и «поделилась» своим названием с фильмом. Американским зрителям был очевиден выбор названия, так как в песне говорилось именно о такой девушке, которая показана в фильме. Для русской версии фильма сохранили смысл названия, тем самым подсказав зрителю о сюжете фильма.

Не редко в названиях фильмов мы встречаем использование цифр для сокрытия того или иного смысла. Знаки и числа каждый этнос трактует по-своему. Следовательно, американский и русский народ имеет свой взгляд на нумерологию. Часто значение одних цифр для американцев, имеет совершенно противоположное значение для носителей русской культуры. Это связано, прежде всего, с различиями в менталитете двух народов. В доказательство этого, приведем несколько примеров названий кинофильмов, отражающие различные толкование тех или иных чисел.

В киноэпопеи «Twelve Monkeys» (12 обезьян) сюжет разворачивается в далеком будущем, где почти все погибли от загадочного вируса. Главного героя отправляют в прошлое узнать, кто этот вирус выпустил, и предотвратить его появление. Он узнает о том, что там было 12 борцов за защиту животных - они называли себя 12 обезьян. Их акция состояла в том, чтобы выпустить из городского зоопарка всех животных. Число 12 в фильме трактуется по-разному, анализируя многообразие толкований значений. Этот числовой знак упоминается в разных сферах, например в религии (Иисус Христос и 12 учеников, Двенадцать дней рождества, Дванадцатые праздники), в античной мифологии, когда Боги объединялись в «пантеон» или «двенадцать олимпийских богов», однако состав этих «двенадцати» в разное время определялся по-разному.

В большей степени, сравнивая сценарий фильма с библейским сюжетом в христианской религии, мы можем утверждать, что авторы провели именно эту параллель. У Иисуса Христа было 12 учеников, впоследствии они стали апостолами, за исключением Иуды Искарота, вместо которого 12-м апостолом стал Матфий. Так и в фильме 12 борцов за справедливость спасают мир будущего. Кинопрокатчики в русской версии кинофильма оставили название без изменений, оставив выбор за зрителем.

Среди фильмов-ужасов часто встречаются фильмы с пугающим названием. Такая картина появилась и среди прочих в 1999 году под интригующим заголовком «The Thirteenth Floor» (13-й этаж). Число 13 в

европейской культуре иногда считается несчастливым. В связи с этим в некоторых зданиях этажи нумеруются так, чтобы не нервировать суеверных людей: после 12-го этажа может сразу следовать 14-й, в здании могут существовать этажи 12А и 12Б, или же 13-й этаж может называться как «12+1». Из-за суеверности многих пилотов в США никогда не было истребителя F-13: за YF-12 сразу же последовал F-14. Также номер 13 не используется в автогонках.

Бытовало суеверие, возможно, связанное с Тайной вечерей в христианстве, если за одним столом соберутся 13 человек, то один из них умрёт в течение года. Существовала даже специальная профессия «четырнадцатого гостя», которого специально приглашали на такие встречи с целью избегания несчастливого числа гостей. В США для борьбы с этим суеверием даже был создан «Клуб Тринадцати».

В России число 13 также иногда считается несчастливым, и называют его «чёртовой дюжиной». Во время Первой мировой войны в составе русской армии вместо «13-й» армии была создана Особая армия. Таким образом, мы приходим к выводу, что суеверие вокруг мистического числа тринадцать в двух культурах имеет одинаково негативное толкование. Вероятнее всего по этой причине в прокате осталось оригинальное название кинофильма.

Художественный фильм, снятый в 1998 году режиссером Марком Кристофером, носит название «54» (Студия 54). В картине показан ночной клуб, объединяющий историю известных нью-йоркских ночных заведений: Studio 54 и Xenon. Автор ссылается на реально существовавший культовый ночной клуб и всемирно известную дискотеку, прославившийся легендарными вечеринками.

Клуб «Студия 54» открылся в 1977 году в Нью-Йорке в здании бывшего театра на пересечении 54-й улицы Манхэттена и Бродвея. Здание было переоборудовано в телестудию и получило название «Студия 52», так как стало 52-й по счёту студией компании. Однако спустя некоторое время клуб для «своих» стали называть коротко «54» по названию улицы, и оно

прижилось среди молодежи. Когда в 90-е года фильм вышел на экран в Америке зрители сразу догадались, о чем будет сюжет фильма. Осознавая разницу в культурном восприятии, отечественные кинопрокатчики добавили поясняющие слово к названию, что бы ни отпугнуть зрителей от просмотра и дать им подсказку.

В редких случаях в названиях американских кинофильмов 1990-х годов встречаются примеры паремии. К примеру, в США в 1997 году появился фильм под названием «As good as it gets» (Лучше не бывает) используя известную поговорку. В свое время в России название фильма было переведено как «Все хорошо». Но если воспроизвести сцену, в которой главный герой произносит эту фразу в фильме, то иначе как «Лучше не бывает» или даже «Лучше уже не будет» трактовать нельзя. Именно благодаря контексту, в дальнейшем, переводчики адаптировали название фильма под русский эквивалент. Рейтинг в России у картины повысился, так как название стало подогревать интерес.

В американской кинокомедии 1997 года «Nothing to Lose» (Нечего терять) также используется прием паремии. В названии заключена вся суть кинофильма весьма удачно как в оригинальной версии, так и в адаптированной русской. Совпадение смысла в обеих культурах в этом случае имеет место быть в полном объеме.

Анализируя следующую кинокартину, следует отметить, что переводчики руководствовались не только желанием придать благозвучие названию, но и приблизить его к лингвокультурным особенностям русского языка. «Pulp Fiction» кинофильм режиссера Квентина Тарантино вышедший в свет в 1994 году в буквальном переводе звучит как «Бульварное чтиво». Однако точностью перевода названия порой приходится жертвовать потому что, то, что складно звучит на одном языке, плохо воспринимается на другом. В русском языке «бульварное чтиво» представляет собой жанр массовой литературы, такие книги не содержат в себе художественный и культурный смысл. Однозначно, в этом случае, наиболее удачной оказалась

интерпретация названия «Криминальное чтиво», отразившее весь смысл картины для российского зрителя.

В годы перестройки от зрителей, стремящихся увидеть американское голливудское кино, в некоторых случаях требовались глубокие познания о западной культуре, традициях, географии, национальных особенностях для расшифровки названия картины. Несмотря на то, что в большинстве своем, киноиндустрия в США была направлена на массовое кино для широкого, в том числе зарубежного зрителя, существовали исключения. Примером предполагаемого недопонимания названия кино со стороны носителей русской культуры служат следующий ряд кинолент того периода.

Американский фантастический фильм 1996 года режиссёра Роланда Эммериха «Independence Day» (День независимости) при первом упоминании для неосведомленного зрителя в постсоветское время вызывало недоумение, так как в отечественной культуре такого рода праздник отсутствует. День независимости США - день знаменующийся принятием Декларации независимости США в 1776 году, которая провозглашает независимость США от Королевства Великобритании, празднуется в Соединенных Штатах Америки 4 июля. День независимости считается днём рождения Соединенных Штатов, как свободной и независимой страны.

Большинство американцев называют этот праздник просто по его дате «Четвёртое июля». Праздник сопровождается фейерверками, парадами, карнавалами, ярмарками, концертами, обращениями политиков к народу и церемониями, а также другими публичными и частными мероприятиями, традиционными для Соединённых Штатов. Сюжет фильма разворачивается накануне этого праздника. Главные герои спасают мир от враждебно настроенных инопланетян, тем самым День независимости США плавно перерастает в день независимости всей Земли.

Следующий фильм появился в России также в 1996 году. Картина, совместного производства США и Великобритании, «Trainspotting» режиссера Дэнни Бойла. В российском кинопрокате она вышла под

названием «На игле». Чуть позже в любительской версии появилось название «Трейнспоттинг». Таким образом, у зрителей появилась возможность смотреть фильм под двумя разными названиями. В свою очередь, слово «trainspotting» не имеет эквивалента в русском языке. Вероятно, именно по этому, в полнее обосновано, было принято решение заменить игру слов на более проясняющее смысл фильма название «На игле». Так как суть оригинального названия заключается в определении популярного хобби в США, подразумевая запись номеров железнодорожных локомотивов и их коллекционирование.

В широком же смысле словом «trainspotter» называли людей безработных, в основном молодежь, которой нечем было заняться, и такой образ жизни в большинстве случаев приводил к наркотической зависимости. Такая молодежь нашла отражение в киноленте. В связи с этой сюжетной линией, носителю русской культуры легче распознать смысл фильма при помощи названия «На игле», нежели через призму неизвестного ранее варианта названия «Трейнспоттинг».

Переходя к другому примеру, следует отметить, что в названиях многих американских фильмов обыгрываются моменты понятные только англоязычной аудитории, но абсолютно бессмысленные для русских зрителей. Криминальный кинофильм «Reservoir Dogs» Квентина Тарантино появился на экранах в 1995 году. Первая часть названия появилась, когда режиссер фильма работал в прокате и часто рекомендовал один французский фильм 1987 года с названием «Au Revoir, Les Enfants» покупателям, но так как он не умел правильно произносить слова, над ним часто посмеивались, в его прочтении звучало как «reservoir».

Вторая часть названия была взята из фильма 1971 года «Straw Dogs», то есть название никакого отношения к самому фильму не имеет. Как пояснял сам режиссер, он любит связывать разные моменты в своих кино с моментами своей жизни, поп культурой, любимыми фильмами. Однако, при просмотре картины, удастся провести параллель между оригинальным

названием «Псовая яма» и сюжетом. Слово «reservoir» в английском языке имеет значение - бассейн, хранилище, яма, сокровищница или любое помещение. Исходя из этих данных, мы можем предположить, что название может быть метафорой. Быть может, оно возникло из-за того, что главный герой всегда имел «резервуар» разного вида народа, откуда он их «брал» для своих нужд. Так же показано, что он обращался с ними как с собаками.

Существует другое мнение, что в названии подразумевается помещение, в котором действующие лица провели основную часть фильма и в итоге уничтожили друг друга. В русском прокате фильм вышел под названием «Бешеные псы» и оправдал ожидания зрителей в полной мере.

Следующий кинофильм также содержит в себе лингвокультурный аспект. Комедия «Blue streak» обрела популярность среди российских зрителей в 1997 году во многом благодаря удачной адаптации американского названия. С одной стороны в нем заключена игра слов связанная с созвучием словосочетаний «blue streak» и «blue steak». Первое означает тараторить, говорить без умолку, такое выражение дает характеристику главному персонажу фильма, который был слишком разговорчивым и ему делали замечания. Второе переводиться, как «синяя черта», здесь имеется виду граница, которую перебежал главный герой, спасаясь от полиции, что бы остаться неподвластным законам штата. Известно, что в США каждый штат имеет собственные законы, герой воспользовался этой возможностью и избежал наказания за содеянное преступление.

В российской адаптации фильм звучит как «Бриллиантовый полицейский» переключаясь с сюжетом и раскрывая его смысл. Полицейский ассоциировался с Америкой, так как в 1990-е годы не было полицейских в России, представителей правоохранительных органов называли милицией. Благодаря такой интерпретации зритель понимал, что это зарубежный фильм и охотно шел в кинотеатр. Пример ярко иллюстрирует попытку кинопрокатчика увеличить кассовый сбор фильма, однако такие случаи были

крайне редкими. Для привлечения внимания российского зрителя не было прямой необходимости подогревать интерес искусственно.

В другом примере, а именно в названии фильма «Lock, Stock and Two Smoking Barrels» авторы адаптации подкорректировали название для благозвучия. Дело в том, что буквальный перевод «Замок, ложе и два дымящихся ствола» по-русски звучит бессмысленно. В оригинале это игра с разного рода выражениями «Lock, stock and barrel», что в переводе означает «все вместе», а буквально «замок, ложе и ствол мушкета» и «lock stock», определяющее понятие «надежная сделка» или «заклученная сделка». Перевод названия «Карты, деньги, два ствола» ни на что не намекает, но зато ясно описывает суть картины. Всегда лучше формулировать название, которое что-то говорит зрителям, чем название, которое нуждается в подробном комментарии.

Заключительным примером благозвучия и отражения лингвокультуры является фантастический фильм «Gattaca» (Гаттака). Данное название не поддается ассоциациям не только русскому зрителю, но и американскому, и любому другому без его уточнения. В науке расшифровывается, как последовательность нуклеотидов, входящих в ДНК. В ДНК используется четыре нуклеотида: аденин (A), гуанин (G), цитозин (C), тимин (T). Именно так, и только так, следует понимать название фантастического художественного кинофильма «Гаттака» 1997 года выпуска, рассказывающего об опасности возникновения генной дискриминации, связанной со стремительным развитием биотехнологий.

Специалисты NASA считают, что этот фильм является самой достоверной на момент создания кинолентой, правильно показывающей те или иные научные факты и теории. Обратите внимание на расположение нуклеотидов в этой последовательности - GATTACA. Благодаря именно такому порядку азотистых оснований получилось хлесткое, запоминающееся название фильма. Стоит заменить лишь одно основание в вышеуказанной цепочке, например, идущий последним гуанин и мы получим в результате

GATTACG. Если создатели оставили бы название без изменений, его можно было бы прочесть с трудом. Из этого следует, что решение адаптировать название для благозвучия пошло на пользу зрителям.

Проанализировав названия кинофильмов, стоит отметить, что только 35% названий, можно отнести к тем, что содержат в себе лингвокультурный аспект и не могут соотноситься в полной мере с менталитетом и особенностями русской культуры. Это было связано с тем, что люди не имели полного представления о ценностях американцев, их традициях, истории, в связи с дезинформацией или полным отсутствием какой-либо связи с западными странами за время существования СССР. Названия, такого характера российский зритель может трактовать по-разному и нередко они требуют разъяснения и определенных, дополнительных знаний о том или ином объекте для полного понимания, заложенного в него смысла. Подводя итог, мы можем сделать вывод о том, что американская культура в большей мере была близка русскому народу и вызывала широкий интерес в период перестройки и не нуждалась в дополнительном привлечении интереса.

2.3. Сравнительная характеристика жанров кинофильмов и их названий

В настоящее время известно более 30 жанров игрового кино по всему миру. Исследуя тенденции американского кинематографа в период перестройки в 1990-х годах, стоит отметить, что лишь малая их часть была популярна в России. Среди выбранных кинофильмов в основном встречались картины в жанре фантастика, комедия, драма, мелодрама, криминал, ужасы и триллер. Задачей является рассмотреть лингвокультурные и социокультурные предпосылки популярности фильмов в данных жанрах и выявить функции названий, влияющие на выбор зрительской аудитории. Исследуя особенности

восприятия через призму предпочтений массового кино, мы рассмотрим каждый из представленных жанров.

Необычайную значимость американского фантастического кино в период 1990-х годов в России закономерно объяснить двумя причинами. Во-первых, после распада Советского Союза произошел кризис в экономике, культура и другие немаловажные, социально значимые структуры пришли в упадок, в связи с этим постсоветское общество потеряло веру в традиционные ценности, в политику, в экономику, в социальные институты, им понадобился четкий нравственный ориентир. И этим ориентиром стали зарубежные фильмы, наполненные фантазийным, нереальным сюжетом с непобедимыми героями и добрым концом.

С другой стороны, рост интереса публики, связан с отсутствием большого количества качественных фильмов такого жанра ранее в СССР. В американской киноиндустрии в 90-х годах фантастику выпускали с применением технологий недоступных в период упадка в России. Качество и новизна данной категории сыграли значительную роль в продвижении голливудского кино среди российского зрителя.

Американское кино в период распада СССР для отечественной аудитории являлось не только индустрией, но и целым культурным пластом. Потенциальный зритель в первую очередь обращает внимание на то, что его интересует, а потому заголовок фильма - это ориентир при выборе фильма. Исходя из этого, можно сделать тот вывод, что написать, придумать яркий и правильный заголовок - определенное искусство. Такими творческими качествами, несомненно, обладали создатели зарубежного кино. На экранах того периода, можно было встретить следующие интригующие названия: «Матрица», «Вспомнить все», «Звездные врата», «Разрушитель», «Люди в черном», «Двухсотлетний человек», «Куда приводят мечты». Примеры доказывают, что они ассоциировались у общества с неким фантастическим миром, рождали мистические образы в воображении русского зрителя, делая отсылку к жанру фантастики.

В США существует целый ряд исследований феномена популярности голливудского кино в перестроечное время в России. Социологи, культурологи и другие учёные пытаются проследить, как игровое кино превратилось в мощный инструмент пропаганды так называемой «американской мечты» среди молодого поколения постсоветского времени. У них формировалось своеобразное представление о стране, где жизнь каждого человека будет лучше, богаче и полнее, где у каждого будет возможность получить то, чего он заслуживает, в том числе в материальном плане.

В целом, созданию образа успешного американца в умах россиян поспособствовали кинофильмы в жанре мелодрама. Названия таких кинолент звучали привлекательно и красиво, рождая образы счастливого и свободного американского общества. Подтверждением являются популярные фильмы «Красотка», «Неспящие в Сиэтле», «Телохранитель», «Красота по-американски». Создатели кинофильмов работали с очень объемным культурным материалом, перерабатывали его и преподносили зрителю. И аудитория в свою очередь, с одной стороны, смотрит лирический сюжет про взаимоотношения двух героев, с другой - узнаёт эти культурные отсылки, а радость узнавания всегда подогревает интерес.

Проанализировав самые популярные кинофильмы, мы делаем вывод, что жанр целиком захватил Россию в годы перестройки. В большинстве случаев они основаны на наших стереотипах о национальностях. После просмотра мелодрам, большое количество людей начинали задумываться о реализации «американской мечты» на родине, а самые увлеченные решались на переезд в Америку. Доказательством такого рода культурного влияния на постсоветскую аудиторию служит большой рост эмигрантов стремящихся в США, переехавших с целью материального и духовного обогащения.

В 1990-е гг. российское общество оказалось без фактической идеологической установки советского периода, на которых строились принципы воспитания, социальной жизни, моральных и этических ценностей

поколения. После смены политической формации идеологические установки в трудный для страны и общества период утратили свой авторитет. Подобная обстановка приводила к тому, что новые ценности и направление в развитии задавало в большей степени влияние американского кино с нормами, которые ему были свойственны.

Интерес к американскому кино повлиял во многом на переосмысление отечественных кинозрителей образов киногероев, которые были диаметрально противоположны по стилистике и подаче от персонажей советских кинолент. Такими героями стали бойкие и стойкие люди, отличающиеся смекалкой, решительными действиями с привлекательной, почти идеальной внешностью. В данный период возникла тенденция романтизации преступного мира, особенно среди молодежи.

Одними из первых фильмов, отразивших отмеченное явление, стали кинофильмы «Последний киногерой», «Правдивая ложь», «Стиратель», «С меня хватит!», «Власть страха», «Бойцовский клуб», «Страх и ненависть в Лас-Вегасе», «Адвокат дьявола», «Схватка», «Криминальное чтиво». Культовые фильмы набирали популярность и привели к повышению интереса к картинам в жанре триллер и криминал в целом. Броские и многообещающие названия привлекали особый интерес зрителей, увлеченных новым веянием в стране.

Ассоциации русской аудитории со словами «власть», «схватка», «страх», «ненависть», формировали представление о сюжете и главных составляющих фильма, создавая определенную атмосферу борьбы, диктующую принимать решительные действия. Героями, завоевавшими авторитет отечественного зрителя, становились ничем не примечательные полицейские, адвокаты, доктора и офисные сотрудники. С экранов кинотеатров началась популяризация бодибилдинга и различных спортивных единоборств. Все это нашло отражение в культуре и выразилось в росте преступности и негативного напряжения в обществе.

Для урегулирования криминогенной обстановки в стране послужили кинофильмы в жанре комедия, будучи в подобной ситуации действенным способом снизить градус напряжения нарастающего среди российского общества. Фильмы с названиями «День сурка», «Маска», «Лучше не бывает», «Сбежавшая невеста», «Доктор Дулиттл», «Тупой и еще тупее», «Няньки» создавали позитивный настрой и ассоциировались с положительными эмоциями. В кинотеатр, прежде всего, зрители ходили для развлечения и отдыха от насущных проблем. Комедия положительно повлияла на отношение к американскому кино у российского зрителя и сформировала мнение о голливудском кино, прежде всего, как о массовом развлекательном контенте.

Подводя итог, следует отметить, что американские названия фильмов играли важную роль в формировании общих представлений и стереотипах об американской культуре, ценностях и приоритетах. Также необходимо выделить, что кроме информативной функции, заголовок несет в себе функцию привлечения внимания зрителя, а также играет роль прагматической установки создателей кинофильма и его прокатчиков и в частых случаях дает ассоциации при установлении жанра фильма и его культурной и языковой принадлежности.

Выводы по ГЛАВЕ II

Подводя итог, стоит отметить, что среди всех проанализированных единиц названий американских кинолент, главенствующее место занимают заглавия содержащие в себе определение главного героя, отсылку к знаменитым личностям, которые привлекают большой интерес зрителей и заставляют переживать за персонажа.

Вместе с тем следует подчеркнуть, что заглавия этой категории характерны для большинства представленных жанров. Названия, попадающие под категорию «событие», встречаются в основном в триллерах и криминальных хрониках, но заголовки, связанные с категориями «событие» и «пространство», преобладают в фильмах различных жанров. Также стоит заметить, что заглавие фильма во многом продиктовано его жанровой принадлежностью.

Наряду с этим необходимо отметить следующее: при использовании концепции Л.Г. Бабенко порой не представляется возможным универсально распределить все категории верно, идентифицируя тот или иной заголовок по составляющим компонентам. Для более точного распределения, необходимо уточнить критерии соотнесения названий к какой-либо категории. Тем самым приходим к выводу, что классификация, вполне применима к заголовкам книг, но не совершенна для названий американских фильмов. Для более удобного распределения, представляется необходимым расширить классификацию, включив компоненты «абстракция», «природные явления», «символы», «чувства» и т.п.

В целом, проанализировав названия кинофильмов, нами было выявлено 35% названий, содержащих в себе лингвокультурный аспект, свойственный этносу американской культуры. Дезинформация и изоляция от внешнего мира, привела, к тому, что после распада СССР отечественные зрители не имели сформированного понятия об образе жизни американцев. Вместе с

тем, с появлением возможности культурного обмена между двумя странами, возрос интерес к американскому кино и экономика США обогатилась в годы «перестройки».

Однако такой низкий процент различия в восприятии мира, указывает на то, что американская культура в большей мере была близка русскому народу и не требовала искусственного создания высокого рейтинга при помощи дополнительной рекламы. В отечественном прокате не прилагали больших усилий для привлечений русской аудитории к американскому кино и в большинстве случаев оставляли название без изменений и уточнений, так как в 1990-е годы после поднятия «железного занавеса» зрителя в России интересовало все, что было недоступно ранее.

Подводя итог, следует отметить, что анализ примеров названий показал нецелесообразность создания дополнительного пиара. Более 90% заголовков были адаптированы без изменения оригинала, максимально приближены к послылу фильма.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование позволяет сделать ряд выводов. Проанализировав литературу посвященную проблемам американской киноиндустрии 1990-х годов и ее влиянию на общество, а также американских кинофильмов, содержащих в себе лингвокультурные особенности, представилось возможным разобраться в проблеме определения понятий о лингвокультурных особенностях американских названий кинофильмов.

Период расцвета голливудского кино в России расширил сознание народа, вселив идею о том, что мечты сбываются, а упорство и воля к свободе приведет к духовному и материальному благосостоянию. На фоне бесконечного поиска новых смыслов и упадка отечественной культуры русскому народу помогло новое веяние западного кинопроката и воодушевило в годы «перестройки».

В результате изучения был получен материал, анализ которого позволил заключить, что американская киноиндустрия оставила культурное наследие для русского общества, повлияв на мироощущение народа в период кризиса в государстве и поспособствовала положительным переменам в царившем угнетенном настроении и мироощущении граждан.

Далее следует вывод о том, что концепт лингвокультурных особенностей названий американских кинофильмов заслуживает внимания и изучения с учетом различных научных теорий и исследований. Киноиндустрия США внесла существенный вклад не только в русскую культуру, но и оказала большое влияние на язык, обогатив речь заимствованиями из американского варианта английского языка. Этот факт подтверждает актуальность исследования лингвистических и лингвокультурных аспектов американского и русского языков, через призму названий кинофильмов.

Результаты сопоставления популярных фильмов с их жанрами показал, что при выборе кинокартины зритель по названию способен определить жанр фильма и, руководствуясь этими знаниями, решает, смотреть фильм или нет.

Подводя к заключению все вышеперечисленные выводы, необходимо указать на то, что лингвокультурные знания об американском социуме и сформировавшиеся стереотипы русского общества в период 1990-х годов находились в разрезе с действительностью, что порой влекло за собой недопонимание одних и разочарование других. В итоге это не помешало интересоваться голливудским кино и познавать западную культуру, а также привело к изменениям в словарном составе языка и переосмыслению традиционных устоев русского общества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аракин В.Д. Сравнительная типология английского и русского языков: учеб. пособие. - М.: ФИЗМАТЛИТ, 2005. - 232 с.
2. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка: учеб. пособие. - Л.: Просвещение, 1973.-303 с.
3. Бабенко Л.Г. Васильев И.Е., Казарин Ю.В. Лингвистический анализ художественного текста. - Екатеринбург: Изд-во Уральского ин-та, 2000. - 262 с.
4. Балляр М. О пересмотре понятия единицы перевода / Пер. с фр. В.Е. Горшковой // Перевод в эпоху постмодерна. - Иркутск: Изд-во ИГЛУ, 2009. - С. 120-131.
5. Бархударов Л.С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода. - М.: Наука, 1975. - 240 с.
6. Блисковский З.Д. Название всегда важно. - М.: Литературная газета, 1962. - 96 с.
7. Блисковский З.Д. Муки заголовка. - М.: Книга, 1981.-112с.
8. Виноградов В.С. Введение в переводоведение (Общие и лексические вопросы).- М.: Изд-во ин-та общего среднего образования РАО, 2001. - 224с.
9. Выготский Л.С. Психология искусства. - М.: Искусство, 1998. 479 с.
10. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка: учебник. М.: Высшая школа, 1971.-343 с.
11. Горшкова В.Е. Название фильма как единица перевода и составляющая образа-смысла // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. - 2014. - № 5. – С. 26-37.
12. Горшкова В.Е. Перевод в кино: монография. - Иркутск: Изд-во ИГЛУ, 2008. - 276 с.
13. Джанджакова Е.В. О поэтике заглавий // Лингвистика и поэтика. - М.: Наука, 1979. С. 207-215.

14. Добрикова К.А. Реализация ценностей американской культуры в языковой картине мира. Социум и Власть. - Челябинск, 2013 С.118-123.
15. Жинкин Н.И. Язык. Речь. Творчество. - М.: Наука,1998.-187 с.
16. Кожина Н.А. Нечто большее, чем название // Русская речь. - М.: 1984. - №6. - С. 26-32.
17. Колшанский Г.В. Прагматика языка // Сб. науч. тр. МГИИЯ им. М. Тореца. - М.:1979. Вып. 151. - С. 5-12.
18. Комиссаров В.Н. Практикум по переводу с английского языка на русский. - М.: Высшая школа, 1990. - 127 с.
19. Кныш Е.В. Лингвистический анализ наименований кинофильмов в русском языке: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. - Одесса, 1992. -17 с.
20. Кулинич М.А. Еще раз о переводе названий // Лингвистические основы межкультурной коммуникации. - Нижний Новгород, 2005. - С 15 -19.
21. Ламзина А.В. Рама // Введение в литературоведение, 2006. - С. 106-110.
22. Лукин В.А. Художественный текст: Основы лингвистической теории и элементы анализа. - М.: Ось, 1999. - 192 с.
23. Милевич И.Г. Стратегии перевода названий фильмов // Русский язык за рубежом. - 2007.- № 5. - С. 65-71.
24. Модестов В.С. Перевод названий // Художественный перевод: история, теория, практика. – М.: Изд-во Литерат. ин-та им. А.М. Горького, 2006. -463 с.
25. Национальные менталитеты: их изучение в контексте глобализации и взаимодействия культур / под ред. проф. А. В. Павловской и канд. полит. наук Г. Ю. Канарша [Электронный ресурс]. - Режим доступа:<http://national-mentalities.ru> (дата обращения: 25.04.2018)
26. Орел М.А. Перевод как канал культурного влияния // Вестник Московского университета. Лингвистика и межкультурная коммуникация. - 2007. - № 4. - С. 214-218

27. Подымова Ю.Н. Названия фильмов в структурно-семантическом и функционально-прагматическом аспектах: дисс. ... канд. филол. наук. - Майкоп, 2006. - 205 с.

28. Половинкин А.И. Возрождение культуры и нравственности человека - главная задача перестройки. - Волгоград: Всесоюз. ассоц. «Эвристика». Б.и. 1990. - 60 с.

29. Пронин В.В заглавии суть / В. Пронин // Литературная учеба. 1987. -№3.- С. 202-228.

30. Сазонов А.Г. Дубль два (рус.) // Формула Кино Городовой, 2010. - № 8.- С. 51-53.

31. Слышкин Г.Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа). - М.: Водолей, 2004. - 153 с.

32. Суворов С.П. Особенности стиля английских заголовков // Язык и стиль. - М.: Мысль, 1965. С. 179-92.

33. Тихонова А.В. Проблемы перевода названий зарубежных фильмов на русский язык на примере англоязычных и италоязычных фильмов // Вестник Московского ун-та. Серия 15. Лингвистика и межкультурная коммуникация. - 2014. -№ 6.- С. 29-35.

34. Хренов Н.А. Кинематографическая картина мира как способ институционализации психологического потенциала личности // Мир психологии. -2003. - №4. - С. 231-247.

35. Швейцер А.Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. М.: Наука, 1988. -215 с

36. Шостак М. Сочиняем заголовок. Журналист. - 1998. - № 3- С.26-30.

37. Baker M. In Other Words : a Coursebook on Translation. - London; New York: Routledge, 1992. 304 p.

38. Bassnett S. Translation Studies. -New York: Routledge, 2003.-176 p.

39. Hickey L. The Pragmatics of Translation. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2001. 205 p.

40. Lakoff G & Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1980. 156 p.

41. Nida E.A. *Language and Culture: Contexts in Translation*. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2001. 45 p.

42. Nida E.A. *Toward a Science of Translating*. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2004. 235 p.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ

1. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. - М.: Гос. изд-во иностран. и нац. словарей, 1958. -304 с.
2. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь: 3-е изд., перераб. - М.: Флинта: Наука, 2003. 320 с.
3. Новый англо-русский словарь / сост. В. К. Мюллер и др. 4-е изд. -М.: Рус. яз., 1997.-879 с.
4. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. -М.: Большая российская энциклопедия, 2002. - 707 с.186.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

1. КиноПоиск - [Электронный ресурс] - Режим доступа:
<https://www.kinopoisk.ru> (дата обращения: 25. 01.20018).