

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра английской филологии

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ НАЗВАНИЙ ФИЛЬМОВ, СОДЕРЖАЩИХ РЕАЛИИ

Выпускная квалификационная работа

Студентки группы 745П
Направление подготовки 45.02.03
«Лингвистика»,
Профиль «Перевод и переводоведение»,
Леушиной Анны Юрьевны

(подпись)

«Допущена к защите в ГЭК»
Зав.кафедрой

(подпись)

Научный руководитель –
ст.преподаватель кафедры
английской филологии
Чулаков Дмитрий Константинович

(подпись)

«__» _____ 2016

Пермь
2016

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Реалия в переводоведении.....	6
1.1. Реалии в языке и их осмысление.....	6
1.2. Способы и приемы передачи реалий при переводе.....	12
Выводы по первой главе.....	19
Глава 2. Проблемы передачи названий англоязычных фильмов, содержащих реалии.....	20
2.1. Особенности перевода названий англоязычных фильмов.....	20
2.2. Перевод названий англоязычных фильмов, содержащих реалии.....	26
Выводы по второй главе.....	33
Заключение.....	34
Библиографический список.....	36
Приложение.....	38

Введение

В течение многих лет кино развивалось и совершенствовалось. В наши дни мы можем смотреть абсолютно любые фильмы, будь то комедия, драма или исторический фильм. Кино – это не только развлечение, это целая индустрия, которая с каждым годом развивается все больше и больше. Огромное количество кинолент ежегодно выпускается кинокомпаниями и поступает в прокат во всех странах мира. Очень много людей работает над каждой картиной, среди которых есть и переводчики.

Перевод названия фильма – это ответственный и сложный процесс. Главная задача – составление лаконичного, привлекающего внимание заголовка, который отражает содержание всего фильма. Однако при переводе названий фильмов переводчикам встречаются слова, значения которых сложно или невозможно в полной мере передать на языке перевода. Одними из таких «подводных камней» являются реалии.

Данными языковыми единицами занимаются и отечественные, и зарубежные лингвисты. Как отмечают С. Влахов и С. Флорин, о реалиях, начали говорить в середине прошлого столетия, как о носителях колорита, зримых, конкретных элементах национального своеобразия. Эти же исследователи обратили внимание на такие «непереводимые» элементы и опубликовали статью «Реалии» в 1960 году. Также позднее была издана их книга «Непереводимое в переводе» [Влахов, Флорин, 1986], где была представлена полная характеристика реалий, классификация и способы их передачи на переводящий язык.

Актуальность данной темы состоит в том, что в настоящее время вопрос о природе, типах реалий и способах их перевода является открытым. Также важна роль этих единиц в процессе межкультурной коммуникации. Особенно много споров вызывают способы и адекватность перевода слов-реалий в

названиях англоязычных фильмов, поскольку данная область не очень хорошо изучена. А также поступает много критики со стороны зрительской аудитории о переводе названий фильмов.

Объектом исследования являются названия англоязычных фильмов и их перевод на русский язык.

Предметом исследования являются особенности передачи названий англоязычных фильмов, содержащих реалию в качестве составного элемента, на русском языке.

Целью данного исследования является выявление типов реалий и анализ способов их передачи при переводе названий английских и американских фильмов.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. рассмотреть понятие реалии в переводоведении;
2. изучить основные классификации реалий в переводоведении, страноведении и других смежных дисциплинах;
3. рассмотреть основные приемы передачи реалий при переводе;
4. определить функции названий кинофильмов;
5. выявить основные стратегии перевода названий англоязычных фильмов;
6. определить и описать основные способы перевода названий англоязычных фильмов, содержащих реалии.

Методы исследования – анализ и обработка научных источников, сравнительно-сопоставительный анализ оригинала и перевода, а также метод сплошной выборки.

Материал исследования – 60 названий англоязычных фильмов, содержащих реалии, которые были выбраны с сайта Kino-teatr.ru, и названия, под которыми эти фильмы вышли в прокат в России.

Практическая значимость работы определяется возможностью дальнейшего развития исследования фактического материала и полученных при его анализе положений и выводов при переводе названий английских и американских фильмов с английского языка на русский. Также данные результаты могут быть полезны следующему поколению переводчиков, чья деятельность связана с данной темой.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложения. Приложение представляет собой материал исследования, оформленный в виде таблицы. В ней собраны названия английских и американских фильмов, содержащих реалии, их официальный перевод, тип реалии и способ передачи реалии.

Глава 1. Реалии в переводе

1.1. Реалии в языке и их осмысление

Для того, чтобы верно осуществить перевод реалий, нужно точно знать определение данной языковой единицы. К сожалению, несмотря на повышенный интерес к этой проблеме, единой точки зрения по этому поводу в лингвистической литературе до сих пор нет.

Реалия – предмет, вещь, материально существующая или существовавшая. Краткая литературная энциклопедия дает следующее определение реалии: реалии – это «предметы материальной культуры» [КЛЭ 1971].

У Л.Н. Соболева термин «реалия» обозначает бытовые и специфические национальные слова и обороты, которые не имеют эквивалентов в быту, а, следовательно, и в языках других стран [Соболев 1952: 281]. Л.С. Бархударов утверждает, что реалии это слова, которые обозначают предметы, ситуации и понятия, не существующие в практическом опыте людей, которые говорят на другом языке [Бархударов 1975: 240].

Исходя из этих определений С. Влахов и С. Флорин дают определение реалий, как составной части безэквивалентной лексики: это безэквивалентные лексические (фразеологические) единицы, которые не имеют переводческих эквивалентов в языке перевода [Влахов, Флорин 1986: 47]. Далее они дают определение реалиям, как особой категории средств выражения и составной части безэквивалентной лексики. Согласно С. Влахову и С. Флорину реалии – это слова или словосочетания, называющие объекты, характерные для жизни и быта, культуры, социального и исторического развития одного народа и чуждые другому. Поскольку реалии являются носителями национального и/или исторического колорита, они, как правило, не имеют точных соответствий или эквивалентов в других языках. Следовательно, они не поддаются переводу на

общих основаниях и требуют особого подхода.

Следует отграничить понятие «реалия» от понятия «термин». Иногда очень легко спутать реалию с термином. Реалии характерны для средств массовой информации и подъязыка художественной литературы, они также неразрывно связаны с культурой определенного народа, являются общеупотребительными для языка этого народа и чуждыми для других языков. Термины, в свою очередь, лишены какой-либо национальной окраски, они относятся, в основном, к сфере науки, создаются искусственно, исключительно для наименования предмета или явления, с распространением которых и получают широкое применение.

Г.Д. Томахин делит реалии как единицы перевода на несколько групп. Прежде всего, это сокращения (например, ЗАГС), затем слова (например, балалайка); словосочетания (например, дом быта) и предложения (например, Семь пятниц на неделе) [Томахин 1988: 13].

Характер содержания реалии, а именно связь обозначаемого предмета с определенной страной, народностью, социальной общностью и т.д., и принадлежность ее к определенному периоду времени являются ее главными отличительными чертами. На основе данных признаков болгарские лингвисты С. Влахов и С. Флорин предложили в своей книге «Непереводимое в переводе» наиболее полную классификацию реалий.

Прежде всего, они предлагают временное деление реалий. К нему относятся современные реалии, которые употребляются некоторым языковым коллективом и обозначают понятия, существующие в данное время. А также исторические реалии, которые обозначают понятия, характерные для прошлого определенной социальной группы.

Следующая группа реалий – это предметная классификация реалий. В свою очередь она делит реалии на географические, которые включают в себя

названия объектов физической географии, названия объектов, связанных с деятельностью человека и названия эндемиков.

Следующим разделом предметной классификации исследователи называют этнографические реалии, понятия, которые принадлежат быту и культуре народа. Эти реалии делятся на бытовые (например: ханбок, сарафан, кимоно), трудовые (например: ялик, ковбой, ударник), наименования понятий искусства и культуры (например: арлекин, сямисэн, балалайка). Также выделяются этнические понятия (например: казак, гот, янки) и понятия мер и денег (например: фунт, юань, евро).

Также к предметной классификации относятся общественно-политические реалии, которые, в свою очередь, включают в себя понятия, связанные с административно-территориальным устройством (например: хутор, губерния, штат), наименования носителей и органов власти (например: рада, парламент, вече). Кроме того, к ней относятся военные (например: хваран, витязь, самурай), а также наименования организаций, званий, титулов, сословий, каст (например: батрак, князь, иомен) [Влахов, Флорин 1986: 50-65].

Данная классификация с некоторыми изменениями является основной для нашего исследования. Лингвисты С. Влахов и С.Флорин относят к этнографическим реалиям этнонимы и названия лиц по месту жительства, мы же включаем в этнографические реалии и другие антропонимы, в частности, имена собственные, клички и прозвища, поскольку они обладают выраженной национально-культурной окраской. Также к географическим реалиям мы добавляем географические названия и любые топонимы, включая названия городских объектов, в том числе и зданий.

Помимо вышеперечисленных классов реалий, лингвисты С. Влахов и С. Флорин распределяют реалии по месту и времени. Это касается тех же реалий, только они рассмотрены под другим углом зрения.

Деление реалий по месту может рассматриваться, во-первых, в плоскости одного языка. Сюда исследователи относят свои реалии, которые известны всем жителям государства или всему народу, а также чужие реалии. Последние, в свою очередь, подразделяются на национальные, локальные (принадлежащие одному наречию или диалекту) и микролокальные (характерные для определенной местности).

Во-вторых, с позиции двух языков реалии делятся на внешние, которые являются чуждыми для данной пары языков (например «самурай» для русского и английского языков). Кроме того они делятся на реалии, являющиеся чуждыми для одного языка и своими для другого (например «рада» для украинского и русского языков).

В-третьих, рассматривая несколько языков, можно выделить региональные реалии (например «евро» для стран, принявших эту валюту как национальную) и интернациональные, которые присутствуют в лексике многих языков, вошедшие в их словарь, но сохранившие исходную окраску (например: ранчо, текила).

К временному делению реалий исследователи относят современные реалии, которые употребляются некоторым языковым коллективом и обозначают понятия, существующие в данное время. А также исторические реалии, которые обозначают понятия, характерные для прошлого определенной социальной группы [Влахов, Флорин 1986: 50-65].

Также стоит отметить, что многие понятия из-за динамичности современного общества могут заимствоваться другой страной, т.е. заимствуются реалии, которые получили широкое распространение в одной стране. Такие реалии называются «освоенными» [Алексеева 2007: 339].

Исследователи, такие как А.В. Федоров, Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров, относят реалии к разряду безэквивалентной лексики и утверждают,

что данные единицы не подлежат переводу [Федоров 1983], [Верещагин, Костомаров 1983]. Однако реалия является частью исходного текста, поэтому передача данной единицы при переводе является одним из условий адекватности перевода. Вопрос состоит не в том, возможно или невозможно перевести реалию, а в том, как ее переводить.

В первую очередь необходимо осмыслить незнакомую реалию в подлиннике, прежде чем приступить к переводу. То есть определить место, занимаемое ею в контексте, – как она подана автором, и какие средства он использует для того, чтобы довести до сознания читателя ее коннотативное и семантическое содержание. Чаще всего незнакомой является чужая реалия. Автор вводит ее в текст художественного произведения главным образом при описании новой для носителя данного языка действительности. Свои (знакомые) реалии не нуждаются в осмыслении. К примеру, появившееся в тексте слово «медовуха» не вызовет затруднения у русского читателя, «семисэн» – у японского, а «Намсан» – у корейского.

Интернациональные реалии также не нуждаются в осмыслении, так как у читателя вследствие ее распространенности уже сформировалось о ней определенное представление и национальная отнесенность. Все незнакомые реалии (свои и чужие) требуют введения средств осмысления, если это соответствует замыслу автора переводимого произведения. С. Влахов и С. Флорин выделяют следующие самые распространенные средства осмысления реалий.

Прежде всего, это графическое выделение реалии на фоне всего текста (кавычки, курсив, жирный шрифт). Однако данный способ позволяет только акцентировать на ней внимание читателя, но не довести ее содержание до его сознания.

Следующим средством является развитие содержания реалии. Например: «Вот это каноэ, – Мужчина подвел нас к маломерному гребному судну, - про него я говорил вашему отцу». Также существует употребление наряду с реалией ее нейтрального синонима или родового понятия в качестве приложения. Например: «стена-дувал», «крепостной-бурлак». Кроме того исследователи выделяют прием объяснения в самом тексте, которое взято в скобки, а также выделено запятыми или тире. Например: «Бурковку – дорогу, мощеную камнями разной величины – соорудили всем селом всего за месяц». Лингвисты относят к средствам осмысления также и пояснение в сноске на нижней части страницы, если нет возможности привести его непосредственно в тексте рядом с реалией.

Последним средством является толкование реалии в комментариях или списках в конце книги. Но следует учесть, что поиск такого пояснения отвлекает читателя от повествования [Влахов, Флорин 1986: 80-86].

1.2. Способы и приемы передачи реалий при переводе

С. Влахов и С. Флорин выделяют две основные трудности передачи реалий при переводе:

1. отсутствие в ПЯ соответствия (эквивалента, аналога) из-за отсутствия у носителей этого языка обозначаемого реалией объекта (референта) и
2. необходимость, наряду с предметным значением (семантикой) реалии, передать и колорит (коннотацию) – ее национальную и историческую окраску [Влахов, Флорин 1986: 80-86].

Однако некоторые реалии имеют в языке перевода единичные соответствия («House of Commons» – «Палата общин»). Согласно В.Н. Комиссарову единичное соответствие обозначает, что в большинстве случаев данная единица ИЯ переводится одной и той же единицей ПЯ [Комиссаров 1999]. Трудностей при переводе таких реалий, которые имеют единичные соответствия, практически не возникает.

Различные исследователи предлагают разнообразные приемы перевода слов-реалий, включая тот или иной прием передачи национально-маркированной языковой единицы и не принимая во внимания другой. Самыми распространенными способами перевода являются транслитерация, транскрипция, калькирование, описательный перевод, приближенный перевод и трансформационный перевод [Томахин 1988: 31].

При транслитерации средствами ПЯ передается графическая форма слова ИЯ, а при транскрипции – его звуковая форма. Применяются эти способы при передаче иноязычных имен собственных, названий разного рода компаний, фирм, газет, журналов, географических наименований и т.д. В настоящее время прием транслитерации и транскрипции при переводе художественной литературы используется гораздо реже. И это вполне обосновано – передача звукового или буквенного облика иноязычной лексической единицы не

раскрывает ее значения, и такие слова читателю, который не знает иностранного языка, без соответствующих пояснений остаются непонятными.

Калькирование – это способ заимствования, при котором заимствуются ассоциативное значение и структурная модель слова или словосочетания. Кальками называются заимствования в виде буквального перевода иностранного слова или выражения, т.е. точного воспроизведения его средствами принимающего языка с сохранением морфологической структуры и мотивировки (например: self-service – самообслуживание). У данного способа также есть изъян – такие слова будут непонятны читателю, который не знает иностранный язык.

Описательный перевод – наиболее универсальный прием, способный помочь переводчику в самых сложных условиях. Он заключается в описании средствами другого языка обозначаемого понятия (например: bull – спекулянт, играющий на повышение биржевых ценностей). Он особенно необходим, если в языке перевода не существует соответствующего понятия по тем или иным причинам социального, географического или национального порядка. Этот прием имеет и недостатки, главный из которых заключается в том, что некоторые описания получаются громоздкими, поэтому не всегда возможно применить его при переводе текстов. Переводчики зачастую прибегают к сочетанию двух приемов – транскрипции или калькирования и описательного перевода, давая последний в сноске или в комментарии. Это дает возможность сочетать экономность и краткость средств выражения, которые свойственны транскрипции, с раскрытием семантики данной единицы, достигаемой через описательный перевод.

Приближенный перевод заключается в подыскании ближайшего по значению соответствия в переводящем языке для лексической единицы исходного языка, который не имеет в переводящем языке точных соответствий.

Такие приблизительные эквиваленты лексических единиц можно назвать «аналогами». Например: drugstore – аптека. При использовании «аналогов» в процессе перевода нужно иметь в виду, что в некоторых случаях они могут создавать не совсем правильное представление о характере обозначаемого ими явления или предмета.

Трансформационный перевод. Переводчику в некоторых случаях приходится прибегать к перестройке синтаксической структуры предложения при передаче безэквивалентной лексики. Кроме того, прибегать к лексическим заменам с полным изменением значения исходного слова, т.е. к лексико-грамматическими переводческими трансформациями.

В.С. Виноградов и А.В. Федоров [Федоров 1983] выделяют еще один способ – гипонимический способ перевода (от английского слова «hiponymy», составленного из греческих корней). Для данного способа перевода характерно установление отношения эквивалентности между словом оригинала, передающим видовое понятие – реалию, и словом в языке перевода, называющим соответствующее родовое понятие. Например: нопаль (вид кактуса) – кактус, баобаб (вид дерева) – дерево.

В.Н. Комиссаров приводит своеобразную классификацию окказиональных соответствий, которые создаются переводчиком при переводе безэквивалентной лексики. По его мнению, в области перевода безэквивалентной лексики применяются следующие типы окказиональных соответствий:

- Соответствия-заимствования. Они воспроизводят в ПЯ форму иноязычного слова. Такие соответствия создаются с помощью переводческого приема транскрибирования или транслитерации;
- Соответствия-кальки. Они воспроизводят составные части устойчивого словосочетания или морфемный состав слова в ИЯ;

- Соответствия-аналоги, которые создаются путем поиска ближайшей по значению единицы.
- Соответствия-лексические замены, которые создаются при передаче значения безэквивалентного слова в контексте с помощью одного из видов переводческих трансформаций;

Прием описания используется в том случае, если невозможно создать соответствие указанными выше способами. Как можно заметить, В.Н. Комиссаров не дает определение способам передачи реалий, он отмечает соответствия, которые получаются в результате применения того или иного приема перевода [Комиссаров 1990].

С. Влахов и С. Флорин сводят, обобщая, приемы передачи реалий к двум: транскрипции и переводу. Они отмечают, что целью перевода является вовсе не сохранение своеобразия языка подлинника, а передача своеобразия стиля автора, но средствами «своего» языка. Общая схема приемов передачи реалий в художественном тексте, определенная болгарскими учеными, выглядит следующим образом:

I. Транскрипция

Транскрипция предполагает введение в текст перевода при помощи графических средств языка перевода соответствующей реалии с максимально допустимым этими средствами фонетическим приближением к ее оригинальной фонетической форме: рус. «пельмени» и англ. «*pelmens*», англ. «*Sony*» и рус. «Сони».

II. Перевод (замены)

1. Неологизм

Данный прием перевода реалий применяется, если транскрипция (или транслитерация) по определенным причинам нежелательна или невозможна. Введение неологизма – это наиболее подходящий путь сохранения смыслового

содержания и колорита переводимой реалии. Путем создания нового слова или словосочетания удастся добиться почти такого же эффекта.

- **Калька**

Калька – это заимствование путем буквального перевода. Данный прием позволяет перенести в язык перевода реалию при максимально полном сохранении семантики (рус. «небоскреб», образованное от англ. «skyscraper»).

- **Полукалька**

Полукальки – это частичные заимствования слов и выражений, которые состоят частично из элементов исходного языка и частично из элементов языка принимающего.

- **Освоение**

Освоение – это придание реалии облика родного для языка перевода на основе материала, уже имеющегося в исходном языке. В данном случае реалия теряет форму и часть своего содержания.

- **Семантический неологизм**

Переводчиком создается семантический неологизм, то есть слова или выражения, которые позволяют понять смысловое содержание передаваемой реалии.

2. **Приблизительный перевод** – (перевод при помощи «аналога») заключается в подыскании ближайшего по значению соответствия в ПЯ для лексической единицы ИЯ, не имеющей в ПЯ точных соответствий.

- **Родовидовое соответствие**

Гипонимический перевод – это замена видового понятия на родовое, то есть передача реалии некоторой языковой единицей, которая имеет более широкое значение, чем переводимая. Переводчик прибегает к известному приему генерализации.

- **Функциональный аналог**

Некоторые исследователи, такие как С. Влахов и Флорин, также выделяют прием замены реалии, приведенной в исходном тексте, на реалию языка перевода. Такая замена ведет к подстановке колорита и резкому выделению реалии на фоне всего текста.

- **Описание, объяснение, толкование**

С помощью описательного перевода переводчик передает следующую реалию.

3. Контекстуальный перевод

Этот прием по своему принципу похож на уподобляющий перевод и противопоставляется словарному, поскольку переводимое слово при использовании этого приема может иметь соответствия, отличающиеся от приведенных в словаре.

На основании представленных данных можно утверждать, что наличие безэквивалентных единиц не означает, что их значение не может быть передано в переводе или что они переводятся с меньшей точностью, чем единицы, имеющие прямые соответствия. Реалии каждый раз ставят переводчика перед проблемой выбора того или иного способа их передачи.

Выбор пути передачи реалий зависит от нескольких предпосылок:

1. от характера текста;
2. от характера самой реалии, ее места в лексических системах ПЯ и ИЯ;
3. от значимости реалии в контексте;
4. от самих языков – их словообразовательных возможностей, литературной и языковой традиции;
5. от читателей перевода (по сравнению с читателем подлинника) [Влахов, Флорин 1986: 92].

Поэтому культурно-маркированная лексика требует творческого подхода

и глубоких лингвострановедческих знаний переводчика при передаче ее на другие языки.

Выводы по первой главе

Многие исследователи предлагают свои определения термину «реалия». Кроме того они склоняются к единому мнению, что реалии следует относить и к языковой, и к внеязыковой действительности.

Следует отметить классификацию реалий, которую предлагают С. Влахов и С. Флорин. Данная классификация в большей мере представляет структурирование реалий, а ее использование позволяет с большей точностью перевести реалии с ИЯ на ПЯ. Также их классификация дает возможность справиться с двумя самыми распространенными сложными задачами, которые возникают перед переводчиком в ходе перевода лексических единиц. Это отсутствие в языке перевода соответствия из-за отсутствия у носителей этого языка обозначаемого реалией объекта и необходимость, наряду с предметным значением реалии, передать и коннотацию – ее национальную и историческую окраску.

Однако к реалиям следует относить имена собственные и географические названия. Даже если они и знакомы носителям принимающей культуры, они сохраняют инокультурный колорит. К таким реалиям можно отнести «освоенные» реалии, закреплённые в словарях.

Перевод реалий – это сложный процесс. Переводчик должен использовать все свои знания и навыки для успешной передачи единиц на ПЯ. Способы передачи реалий – транскрипция и собственно перевод, который включает в себя введение неологизма, приблизительный и контекстуальный перевод.

Глава 2. Проблемы передачи названий англоязычных фильмов, содержащих реалии

1.1. Особенности перевода названий англоязычных фильмов

Знакомство с любым фильмом начинается с его названия, независимо от того, является ли он долгожданной премьерой или же авторской кинолентой. Именно названия фильмов рекламируются и размещаются на афишах. Также они могут упоминаться во всевозможных телепередачах и книгах. Название фильма – это, по сути, его визитная карточка, целью которой является не только привлечь внимание читателя, но и заинтересовать его.

Наравне с оригинальным названием на успех фильма в международном прокате влияет и то, насколько удачным и корректным оказывается его перевод на языки стран, в которых будет реализован прокат картины в будущем.

Для достижения желаемого успеха необходимы не только превосходное владение иностранным и родным языками, но и фоновые, экстралингвистические знания. Кроме того переводчик должен обладать хорошими творческими способностями и интуицией. Долг каждого переводчика состоит в том, чтобы уделять внимание самым мелким и незаметным деталям, быть щепетильным в отборе информации, изучении чужой культуры, чтобы выполнить профессиональную миссию переводчика. А именно передавать не только слова и идею текста перевода, но и колорит культурной жизни народа. При этом конечный результат перевода должен легко восприниматься реципиентом этой культуры, и, таким образом, переводчик должен добиться того же воздействия на получателя переводным текстом, которое оказывает текст оригинала.

Названия кинофильмов относятся к особому разряду имен собственных,

или онимов, согласно своей знаковой природе. Для их обозначения существует и термин – фильмоним. Самая важная функция фильмонимов – это информативная функция, которая включает в себя рекламную функцию и функцию воздействия на зрителя. Они различаются предельно лаконичной структурой и обнаруживают черты, которые присущи заглавиям как самостоятельным единицам речи.

Стилистические особенности фильмонимов обусловлены действием маркетинговой функции. Стилистически маркированными являются фильмонимы, выразительность которых достигается с помощью языковых средств разных уровней. Огромное количество использования фильмонимов в средствах массовой информации подчеркивает не только популярность названий кинолент, но и что данные речевые единицы вошли в класс крылатых выражений. В нашем исследовании мы будем пользоваться традиционным термином «название фильма».

Многие исследователи, такие как В.С. Мужев [Мужев 1970], Т.Р. Петрат [Петрат 2006], Л. Лицюнь [Лицюнь 2004] и Э.А. Лазарева [Лазарева 2006] обращались к проблеме выделения функций названий фильмов. Все они выделяют такие функции, как номинативную, информативную, разделительную. Кроме того, авторы выделяют рекламную, прагматическую и экспрессивную функции. Исходя из представленных функций заглавий, мы выделяем следующие:

- Номинативная – функция заглавия называть текст. Эта функция объединяет абсолютно все заголовки.
- Информативная или коммуникативная – функция заглавия информировать читателя о тексте.
- Разделительная – функция заглавия выделять текст за счет графических средств.

- Рекламная – функция заглавия привлекать внимание читателей [Лицюнь 2004 (б): 92].

Функции заглавия взаимосвязаны между собой и каждая из них в разной степени воздействует на форму заглавия. Наличие и значимость функций в заголовке зависят от стиля речи и вида текста.

Название фильма играет большую роль в понимании киноленты и информации, которая в ней содержится. Исходя из этого, следует очевидный вывод, что переводчик должен быть крайне внимательным, выполняя перевод названия фильма, чтобы сделать его таким же звучным, привлекательным и запоминающимся как оригинальное.

В наше время сотни и тысячи зарубежных фильмов поступают в российский прокат. Множество из этих кинолент переводится на русский язык. Следует отметить, что довольно часто невозможно буквально или дословно перевести название фильма, не потеряв краткость, емкость или смысл.

Название очень часто отличается различными заменами и изменениями. Заголовок же является способом дать зрителю возможность с первого раза сориентироваться и понять, стоит ли смотреть данный фильм или нет. Поэтому название фильма должно быть предельно понятно любому читателю. Кроме того, привлекая внимание зрителей, любой заголовок фильма должен без затруднения восприниматься и читаться.

В своем исследовании по сравнительному анализу перевода названий американских, русских и латышских фильмов И. Милевич утверждает, что название отражает общие тенденции переводов и часто отличается различными заменами и изменениями. Хотя современные традиции перевода названий и складываются подчас случайно и стихийно, заметно доминирует тенденция прагматического перевода. Коммуникативная способность включает в себя умение интерпретировать языковое содержание высказывания и выводить из

него контекстуальный и имплицитный смысл. Такие умения необходимы переводчику фильмов, названия которых могут быть и ключевой фразой фильма, и метафорой, и интригующей обманкой [Милевич 2007: 67].

Из всего автор делает вывод, что перевод названий фильмов, представляет собой интересный материал для выявления и сопоставления тенденций перевода с точки зрения переводческих стратегий адаптации.

Также автор выделяет основные тенденции в переводе художественных фильмов.

- Эвфемизирующий перевод. Он характерен для названий фильмов прошлых лет. Например: *Labor rains* – Временно беременна. Однако в современных названиях встречаются и эвфемизирующие названия-переводы, и деэвфемизирующие.
- Жанровая адаптация. Тактика, при которой в переводе задействованы языковые единицы, соотносящие название фильма с определенным жанром.
- Смысловая адаптация или расширение. Такой прием при помощи замены или добавления лексических элементов, ввода ключевых слов фильма расширяет в названии смысловую или жанровую недостаточность дословного перевода.
- Перевод-возвращение к первоисточнику. Данный прием используется тогда, когда название экранизации не соответствует названию литературного произведения, ставшим источником сюжета, даже если экранизация далека от экранизируемого произведения. В данном случае следует проследить адекватность нескольких названий: источник – оригинальное название фильма – переведенное название и трансформации, которые возникают в результате того или иного варианта перевода [Милевич 2007: 69].

Как отмечает автор, имена собственные в своей семантике сохраняют культурологически ценную информацию, а также обладают различными эмоциональными, эстетическими и оценочными коннотациями. Такие имена собственные с выраженным культурно-историческим, национально-этническим компонентом можно считать прецедентными именами. Так как они принадлежат национальному культурному пространству, эти феномены хорошо известны всем представителям лингвокультурного сообщества, актуальны в когнитивном плане [Милевич 2007: 69].

Конечно, при любом переводе возникают трудности, которые обусловлены различными факторами, и в первую очередь различиями культур. Исследователь Л. Лицюнь выделяет несколько причин, которые обуславливают эти трудности:

- Использование в заглавиях слов, которые связаны с религией.
- Наличие в каждом из языков безэквивалентной лексики.
- Использование в заглавиях слов, которые отражают историю страны.
- Наличие в языках лексических единиц с разным объемом значений.
- Наличие в языках слов с разным коннотативным значением или с неполно совпадающим коннотативным значением [Лицюнь 2004: 21-24].

Ли Лицюнь под коннотацией называет несущественные, но устойчивые признаки выражаемого понятия, которые воплощают принятую в данном языковом коллективе оценку соответствующего предмета или факта действительности. Также автор отмечает, что в коннотациях отражаются связанные со словом культурные традиции. Еще автор выделяет, что во всех языках встречается большое количество таких слов, которые помимо прямого значения, обладают символическим, метафорическим и ассоциативным

значением.

Далее автор предлагает способы преодоления трудностей перевода, которые возникают при различии культур:

- Отсутствие тех или иных реалий требует обращения к толкованию слов.
- Отсутствие тех или иных реалий требует обращения к заимствованиям или калькам.
- Отсутствие определенной семантики требует обращения к расширению объема заглавия и его конкретизации.
- Отсутствие эквивалента в другом языке обуславливает замену заглавия [Лицюнь 2004: 24].

Не стоит забывать, что главную трудность для перевода представляют названия фильмов, содержащих реалии. При переводе реалии на ПЯ переводчик должен учесть особенности перевода названия, а также преодолеть трудности, которые обусловлены особенностями передачи реалий.

2.2. Перевода названий англоязычных фильмов, содержащих реалии

Прежде чем приступить к анализу перевода названий фильмов, содержащих реалии, нужно четко знать определение реалий. Из всех представленных определений, было выбрано определение данной единицы лингвистами С. Влаховым и С. Флориным. Реалии – это слова или словосочетания, которые называют объекты, характерные для жизни и быта, культуры, социального и исторического развития одного народа и чуждого другому. Также к реалиям мы относим имена собственные и названия городов и стран. В определения класса реалий и способа их передачи мы также опирались на исследования С. Влахова и С. Флорина.

Для нашего исследования было отобрано 350 самых популярных у россиян фильмов согласно зрительским оценкам, приведенным на сайте kino-teatr.ru за 2013, 2014, 2015 и 2016 года. Затем методом сплошной выборки было отобрано 60 названий фильмов, содержащих реалию в качестве составного элемента. Используя такие ресурсы, как kino-teatr.ru, kinopoisk.ru и imdb.com отобранные названия были соотнесены с их официальными русскоязычными названиями, под которыми данные фильмы были выпущены в российский прокат.

Материал, который был отобран, представлен в виде таблицы: он содержит информацию об оригинальном названии кинофильма, о его официальном русском переводе, типе реалии (по классификации С. Влахова и С. Флорина), а также о способе ее передачи на русский язык в прокатном названии фильма.

В результате анализа нами было выявлено, что в 60 названиях англоязычных фильмов, с реалией в качестве составного элемента, содержится 67 реалий, из которых:

- географических реалий – 23.
- этнографических – 39.
- общественно-политических – 5.

Также было выявлено 11 внешних реалий, которые чужды как для АЯ, так и для РЯ, и 15 своих для АЯ реалий. Кроме того в отобранном материале присутствуют 42 освоенных РЯ реалии.

В результате анализа способов передачи названий на РЯ можно сделать вывод, что 68% реалий сохранились при передаче названий фильмов. Способы передачи реалий в прокатных названиях фильмов распределились следующим образом:

- 36 реалий транскрибируются;
- 11 реалий передаются приемом освоения;
- 10 реалий транслитерируются;
- 2 реалии передаются приемом калькирования
- 2 реалии передаются полукалькой;
- 1 реалия передается функциональным аналогом;
- 1 реалия сохраняется в неизменном виде, причем заимствуется целиком, не переводится и не адаптируется.

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что чаще всего при передаче реалий в названиях фильмов используется прием транскрибирования.

Если же рассматривать способы передачи самих названий фильмов, содержащих реалию, то переводчики часто используют прием добавления, стремясь снять трудности понимания для потенциальных русскоязычных зрителей. Например: Peter Pan – Пэн: Путешествие в Нетландию (Даже если потенциальные зрители не узнают в имени Пэн героя Джеймса Барри Питера Пэна, они будут ожидать фильм приключенческого жанра), Paddington – Приключение Паддингтона (Помимо указания на приключенческий жанр,

форма имени собственного свидетельствует о живом существе, а не о британском топониме). Переводчики прибегают к данному приему, поскольку хотят расширить название за счет элементов, которые позволят потенциальному зрителю в полной мере представить сюжет фильма или его героев.

Прокатчиками также был использован прием опущения одной реалии и использования другой с целью функциональной замены реалии при переводе названия фильма. Таким примером является название фильма “Lady of Csejte“. В российский прокат данная картина вышла с другим названием: «Кровавая леди Батори». Скорее всего, решение переводчика убрать название города (Чейте или Чахтица) было обосновано тем, что данное название вызовет затруднения у зрительской аудитории. Поэтому переводчик решил изменить название фильма и добавил фамилию главной героини – Элизабеты Батори – чье имя вполне может быть знакомо любителям фильмов ужасов. Кроме того, можно отметить и использование приема добавления, а именно добавление слова «кровавая». Данный прием дает зрителям понять, что фильм будет содержать сцены, свойственные кинолентам жанра хоррор.

Интересно, что у переводов названий фильмов, содержащих реалии, которые представлены именами супергероев, трудно выделить определённую закономерность. Однако на основе отобранного материала можно сделать вывод, что переводчиками были выбраны две стратегии перевода данных названий:

1. первая – это калькирование (Iron Man 3 – Железный человек 3, Ant-man – Человек-муравей)
2. вторая – транскрипция (Batman v Superman: Dawn of Justice – Бэтмен против Супермена: на заре справедливости).

Скорее всего, мотивами использования данных стратегий послужило желание переводчиков «русифицировать» реалию, поскольку без просмотра

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

Довольно интересен перевод названия фильма «Birdman» – «Бёрдмэн». Для того, чтобы верно передать реалию на русский язык, прежде всего, нужно знать ее значение. По сюжету фильма главный герой Риг Томсон в молодости был известен по роли культового супергероя 1980-х годов Бёрдмена. Перевод с использованием транскрипции объясняется желанием переводчика отнести данный фильм к кинопроизведениям о супергероях (которые существуют в комиксах вселенной Marvell), а имя сыгранного героем фильма персонажа, Бёрдмэн, отсылает русскоязычного зрителя к Бэтмену, создавая определённые ожидания.

Также можно отметить другую тенденцию при переводе названий фильмов, содержащих инокультурные реалии, то есть внешние, как для ПЯ, так и для ИЯ. Например: «47 ronin», «Kung Fu». В отличие от других, такие реалии не принято опускать при переводе названий: 47 ronin – 47 ронинов, Kung Fu Panda 3 – Кунг-Фу панда 3. Скорее всего, несмотря на специфичность таких реалий, их значения в какой-то степени понятны и известны большинству людей в мировом сообществе. Также стоит отметить, что подобные реалии называются

освоенными реалиями, так как они широко распространены как в ИЯ, так и в ПЯ.

В ходе анализа материала одна реалия сохранилась в неизменном виде при передаче ее на ПЯ: “G.I. Joe: Retaliation“ – «G.I. Joe: Бросок кобры 2». G.I. Joe – это линия игрушечных фигурок солдатиков производства компании Hasbro, а также слэнговое наименование американских военнослужащих. Это наименование является составным. Изначально G.I. обозначало маркировку оцинкованной стали, которая использовалась вооруженными силами США. Этот акроним также расшифровывается как Government Issue или General Issue и обозначает солдатское обмундирование и военное оборудование. Joe – это американское слэнговое обозначение простого парня, обычного, среднего человека. Таким образом, G.I. Joe – это название «простого солдата», которое и было позаимствовано компанией по производству игрушек, в частности – солдатиков. Сохранение реалии в неизменном виде можно объяснить тем, что это уже второй фильм о тех же героях. В нашем прокате в названии первого фильма реалия была опущена: “G.I. Joe: The Rise of Cobra“ (2009) – «Бросок кобры».

При переводе названия фильма “The Lone Ranger“ – «Одинокий рейнджер», переводчику необходимо знать не только сюжет фильма, но и его предысторию. Одинокий рейнджер (англ. *The Lone Ranger*) – это вымышленный персонаж американских вестернов, носящий маску непримиримый борец с беззаконием, который всегда находит поддержку у своего индейского друга Тонто. Тем не менее, отечественные зрители вряд ли узнают его в названии фильма. Зато опознают освоенную реалию «рейнджер», которая знакома русскоязычной аудитории в том числе и по сериалу с Чаком Норрисом «Крутой Уокер».

Еще один любопытный пример утраты значения исходной реалии – это передача названия фильма “Skinwalker Ranch”, который в российский прокат вышел под названием «Ранчо Скинуокер». Реалия «ранчо» является интернациональной реалией, которая присутствует в лексике многих языков, вошла в их словарь, но сохранила исходную окраску. Ранчо – это один из наиболее распространённых методов ведения сельского хозяйства. Ранчо Скинуокер не является выдумкой режиссера. Это место существует на самом деле: ранчо, расположено в США в западном округе Уинта, граничащем с индейской резервацией Ютов. Данное ранчо считается местом сверхъестественных и связанных с НЛО происшествий и хорошо известно в массовой культуре США. В его названии также есть указание на оборотня из индейской легенды (англ. *skinwalker*). При передаче данной реалии был использован прием транскрипции, а содержание реалии было утрачено, поэтому нашим зрителям остается ориентироваться только на трейлеры, постеры, аннотации и отзывы других зрителей.

Передача названий фильмов “Divergent” и “Insurgent” также представляет особый интерес. Первое мы отнесли к этнографической реалии, поскольку это название касты отверженных в обществе будущего, которое изображено в серии романов американской писательницы Вероники Рот. Дословный перевод названия “Divergent” на русском звучало бы как Отклоняющиеся или Изгой. Перевод «Дивергент» с помощью транслитерации можно объяснить так: в современном русском языке растёт количество заимствований из английского языка. К примеру, всем известный способ фотографироваться – сэлфи (конечно, можно было бы заменить слово на автопортретная фотография, но это звучало бы немодно). Поэтому прокатчики пошли по пути создания неологизма. Название «Дивергент» интригует зрителя своей новизной и загадочностью. Молодое поколение, которое всюду вставляет иноязычные слова в свою

повседневную речь, определенно заинтересовалось таким фильмом. А вот продолжение фильма “Insurgent” мы не включили в список фильмов, содержащих реалию, потому что речь идёт о повстанческом движении в воображаемом обществе будущего. Тем не менее, прокатчики решили сохранить оригинальное созвучие с названием первого фильма, и продолжение вышло в прокат под названием «Инсургент».

В большинстве случаев на передачу названия фильма влияет не столько опыт переводчика и его субъективное мнение, а маркетинговые соображения прокатчиков. Так, названия фильмов, которые могли бы быть переведены, и стали бы гораздо понятнее для зрителя (Interstellar – Межзвёздное путешествие / Навстречу звездам / В межзвездном пространстве / Среди звезд и Oblivion – Забвение) вышли в российский прокат под названиями «Интерстеллар» и «Обливион». Можно предположить, что выбор именно такого названия продиктован тенденцией к иностранным заимствованиям.

Следует отметить, подводя итог практическому исследованию, что не всегда удачный перевод названия фильма в языковом плане является удачным для продвижения киноленты в прокате. И даже если удалось адекватно передать содержание и выражение данного названия, то это вовсе не означает, что именно под ним кинофильм выйдет в прокат. Такое решение обуславливается решением в первую очередь самих прокатчиков. Они принимают все решения по созданию и выпуску фильма на языке перевода. И не важно, знают они исходный язык или нет. Также их выбор удачного названия фильма предопределяет его успех, а главное прибыль. Но не всегда этот выбор можно признать удачным.

Выводы по второй главе

Изучив опыт переводчиков, мы пришли к выводу, что переводчик, выполняя перевод названия фильма должен быть очень внимательным, чтобы сделать это название максимально понятным зрительской аудитории. Обобщение опыта переводчиков позволяет понять трудности, которые могут возникнуть при переводе названий. Кроме того, представлена классификация ошибок, которых стоит избегать при переводе названий фильмов, а также способы их решения.

На основе нашего исследования можно сделать вывод, что наиболее частотными в названиях фильмов являются этнографические реалии. Кроме того в отобранном материале более половины составляют освоенные русским языком реалии. При передаче реалий в названиях фильмов чаще всего используется прием транскрибирования.

При этом при передаче названий фильмов, содержащих реалию, переводчики часто используют прием добавления, стремясь снять трудности понимания для потенциальных русскоязычных зрителей. Переводчики прибегают к данному приему, поскольку хотят расширить название за счет элементов, которые позволят потенциальному зрителю в полной мере представить сюжет фильма или его героев. Переводчиками также используется прием опущения реалии или замены её функциональным аналогом.

В ряде случаев заимствование реалии сопровождается утратой оригинального содержания реалии.

В большинстве случаев на передачу названия фильма влияет не столько опыт переводчика и его субъективное мнение, а маркетинговые соображения прокатчиков. При этом не всегда удачный перевод названия фильма в языковом плане является удачным для продвижения фильма в прокате.

Заключение

За последние пару десятков лет сложно представить себе более развивающуюся отрасль развлечений, чем индустрия кино. Сейчас на рынке кинофильмы выходят почти каждую неделю, а за год их количество составляет сотни и тысячи, поэтому перевод названий фильмов является ответственной и сложной задачей, ведь главная цель заголовка состоит в том, чтобы привлечь как можно больше зрителей.

Сам процесс перевода названия, этой визитной карточки фильма, является творческим процессом. В ходе данного процесса переводчикам встречаются слова, значения которых очень сложно передать на языке перевода. Такими единицами являются реалии. Главная задача при переводе реалии – это ее адекватная передача на ПЯ, но кроме того, переводчик должен адаптировать незнакомую реалию и название фильма к аудитории принимающего языка.

Исследование реалий основывалось на подходе болгарских ученых С. Влахова и С. Флорина. По нашему мнению, данная классификация является наиболее полной по сравнению с классификациями других исследователей. Однако мы расширили её, добавив имена собственные и названия географические названия, которые также несут информацию об иной культуре.

Анализируя отобранный материал, был сделан вывод о том, что большое количество реалий в названиях фильмов являются этнографическими. Зачастую реалии в названиях фильмов передаются с помощью приема транскрибирования, реже транслитерацией и введением неологизмов. Также в отобранном материале присутствует большое количество внешних реалий. Большинство реалий являются освоенными. В анализируемом материале присутствует 42 освоенных реалии.

Сделав анализ полученных данных, было выявлено, что в 68% из всего

числа отобранных названий фильмов сохранились реалии при передаче их на РЯ. Большую часть таких реалий составляют имена персонажей комиксов и других литературных произведений, а также названия городов. Такие реалии были переведены на русский язык с помощью приема транскрибирования, транслитерации и освоения. Кроме того в нескольких случаях был использован прием полужалки (например: при передаче названия романа *The Great Gatsby* – Великий Гэтсби). В единичном случае переводчик использовал функциональный аналог (*Cinderella* – Золушка). При переводе всего названия фильма были использованы приемы опущения и добавления.

При передаче реалий на ПЯ некоторые реалии заимствуются, но остаются непонятными. К примеру, название фильма “*Skinwalker Ranch*” – «Ранчо Скинуокер». Так как реалия «ранчо» понятна всем, она не представила сложности при переводе. Однако значение реалии «ранчо Скинуокер» осталось непонятным. В таких случаях без экстралингвистической информации содержание реалии теряется, и зрительской аудитории приходится ориентироваться на постеры, трейлеры и отзывы, прежде чем принять решение о том, смотреть фильм или нет.

Библиографический список

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод. Л.С. Бархударов. М.:Международные отношения, 1975. С. 240.
2. Бреус Е.В. Основы теории и практики перевода с русского языка на английский. – М.: УРАО, 2002. – 207с.
3. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. М.: Русский язык, 1983. 246с.
4. Виноградов, В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) [Текст] / В.С. Виноградов. - М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001.
5. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. /Монография. – М.: Высшая школа, 1986.
6. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. – М.: ЭТС, 1999.
7. Комиссаров В.Н. Теория перевода. – М.: ВШ, 1990.
8. Краткая литературная энциклопедия (КЛЭ), т.6. – М.: Советская энциклопедия, 1971.
9. Кулинич, М.А. Еще раз о переводе названий // Лингвистические основы межкультурной коммуникации. – Нижний Новгород, 2005.
8. Лазарева Э.А. Заголовочный комплекс текста – средство организации и оптимизации восприятия / Э.А.Лазарева // Известия Уральского государственного университета. 2006. №40. С. 158-166.
9. Лицюнь Л. Трудности перевода заглавий, вызванные различиями культур /Л.Лицюнь // Русский язык за рубежом. 2004 (6). №4. С. 21-24.
10. Милевич, И. Стратегии перевода названий фильмов / И. Милевич // Русский язык за рубежом. – 2007.
11. Мужев В.С. О функциях заголовка / В.С. Мужев // Ученые записки МГПИИЯ им. М.Тореза. 1970. Вып.55. С. 86-94.

12. Петрат Т.Р. Функциональная характеристика заглавий / Т.Р. Петрат // Речевое обращение. Специализированный вестник. 2006. Вып. 5-6. С. 134-142.
13. Соболев Л.Н. Пособие по переводу с русского языка на французский. М.: Лит.на иностр.яз.,1952. С. 281.
- 14.Федоров А.В. Основы общей теории перевода. М.: Высшая школа, 1983.
15. Федоров А.В. Введение в теорию перевода. – М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1958.
16. Шимик-Козачко П. Адаптированные названия англоязычных фильмов в переводе на польский и русский языки// Языкознание. -2010. -4.

Интернет-источники:

17. Википедия <https://ru.wikipedia.org/>
18. КиноПоиск <http://www.kinopoisk.ru/>
19. Кино-Театр <http://www.kino-teatr.ru/>
20. Internet Movie Database <http://www.imdb.com/>

Словари:

21. ABBY Lingvo
22. Multitran

Приложение

	Оригиналь- ное название	Название в русском прокате	Тип реалии	Способ передачи реалии
	2013			
1.	<u>Empire State</u>	<u>Эмпайр Стэйт</u>	Географическая реалия – название небоскрёба	Транскрипция (освоенная реалия)
2.	<u>McCanick</u>	<u>МакКаник</u>	Этнографическая реалия – имя собственное	транскрипция
3.	<u>Skinwalker Ranch</u>	<u>Ранчо Скинуокер</u>	Географическая реалия – название ранчо / Этнографическая реалия – организация труда	Транскрипция / транскрипция (освоенная реалия)
4.	<u>Attila</u>	<u>Аттила</u>	Этнографическая реалия – имя собственное; историческая реалия; внешняя реалия	Транслитерация (освоенная реалия)
5.	<u>47 ronin</u>	<u>47 ронинов</u>	Общественно- политическая реалия – наименование военно- феодалского сословия; историческая реалия; внешняя реалия	Транскрипция, (освоенная реалия)
6.	<u>G.I. Joe:</u>	G.I. Joe: Бросок	Этнографическая реалия	Сохранение

	Retaliation	кобры 2	– название серии игрушечных солдатиков фирмы Хасбро + общественно-политическая реалия – слэнговое наименование американских военнослужащие	реалии в неизменном виде
7.	<u>Vegas</u>	<u>Vegas</u>	Географическая реалия – название города	Транслитерация (освоенная реалия)
8.	<u>The Great Gatsby</u>	Великий <u>Гэтсби</u>	этнографическая реалия – название романа	Полукалька (освоенная реалия)
9.	<u>Vikings</u>	<u>Викинги</u>	этнографическая реалия – название раннесредневековых скандинавских мореходов; историческая реалия; внешняя реалия	Транслитерация (освоенная реалия)
10.	The wolf of <u>Wall Street</u>	Волк с <u>Уолл-стрит</u>	Географическая реалия – название улицы + общественно-политическая реалия – название Нью-Йоркской фондовой биржи	Транскрипция (освоенная реалия)
11.	<u>Dallas buyers club</u>	<u>Далласский клуб покупателей</u>	Географическая реалия – название города	Транскрипция (освоенная реалия)

				реалия)
12.	<u>Iron Man 3</u>	<u>Железный человек 3</u>	Этнографическая реалия – имя супергероя комиксов	Калька
13.	<u>Malibu country</u>	<u>Кантри в Малибу</u>	Географическая реалия – название города; этнографическая реалия – стиль музыки	Транскрипция, (освоенная реалия); Транскрипция (освоенная реалия)
14.	<u>The loft</u>	<u>Лофт</u>	Этнографическая реалия – название архитектурного стиля	Транскрипция (освоенная реалия)
15.	<u>At Middleton</u>	<u>Мидлтон</u>	Географическая реалия – название города	Транскрипция (освоенная реалия)
16.	<u>Nebraska</u>	<u>Небраска</u>	Географическая реалия – название города	Транскрипция (освоенная реалия)
17.	<u>The lone ranger</u>	<u>Одинокий рейнджер</u>	Этнографическая реалия – имя вымышленного персонажа американской массовой культуры (книг, радиопостановок, фильмов) / общественно-политическая реалия – наименование полицейского подразделения Техаса	Полукалька / Транскрипция (освоенная реалия)

18.	<u>Oz: the great and powerful</u>	<u>Оз: великий и ужасный</u>	Этнографическая реалия – имя персонажа сказок американского писателя Л.Ф. Баума	Транскрипция
19.	<u>Olympus has fallen</u>	<u>Падение Олимпа</u>	Географическая реалия – название горы в Греции + этнографическая реалия – название места пребывания богов в древнегреческой мифологии; историческая реалия; внешняя реалия	Освоение (освоенная реалия)
20.	<u>The last of Robin Hood</u>	<u>Последний из Робин Гудов</u>	Этнографическая реалия – популярный герой средневековых английских народных баллад	Освоение (освоенная реалия)
21.	<u>Romeo and Juliet: a love song</u>	<u>Ромео и Джульетта</u>	Этнографическая реалия – название пьесы Шекспира	Освоение (освоенная реалия)
22.	<u>Dyatlov pass incident</u>	<u>Тайна перевала Дятлова</u>	Географическая реалия – название перевала на Северном Урале; своя реалия для российской, чужая реалия для англо-американской культуры	
	2014			

23.	<u>I, Frankenstein</u>	Я, <u>Франкенштейн</u>	Этнографическая реалия – имя персонажа романа Мэри Шелли	Освоение (освоенная реалия)
24.	<u>Pompeii</u>	<u>Помпеи</u>	Географическая реалия – название города; историческая реалия; внешняя реалия	Освоение (освоенная реалия)
25.	<u>Tamako Love Story</u>	<u>Тамако: История любви</u>	Этнографическая реалия – имя собственное; внешняя реалия	Транскрипция
26.	<u>Paddington</u>	Приключения <u>Паддингтона</u>	Этнографическая реалия – имя воображаемого персонажа детской литературы медвежонка Паддингтона	Транскрипция
27.	<u>Rio 2</u>	<u>Рио 2</u>	Географическая реалия – название города	Транскрипция (освоенная реалия)
28.	<u>Malefisent</u>	<u>Малефисента</u>	Этнографическая реалия – имя персонажа мультфильмов и фильмов студии Уолта Дисней	Освоение
30.	<u>Birdman</u>	<u>Бёрдмэн</u>	Этнографическая реалия – имя персонажа кинофильма	Транскрипция
31.	<u>Hercules</u>	<u>Геракл</u>	Этнографическая реалия – имя персонажа древнегреческой	Освоение (освоенная реалия)

			<p>мифологии;</p> <p>историческая реалия;</p> <p>внешняя реалия</p>	
32.	<u>Godzilla</u>	<u>Годзилла</u>	<p>Этнографическая реалия</p> <p>– имя вымышленного персонажа японской массовой культуры;</p> <p>внешняя реалия</p>	Транскрипция
33.	<u>Gotham</u>	<u>Готэм</u>	<p>Этнографическая реалия</p> <p>– название города в комиксах о Бэтмене</p>	Транскрипция
34.	Da Vinci's demons	Демоны Да Винчи	<p>Этнографическая реалия</p> <p>– имя исторического лица, художника и учёного;</p> <p>внешняя реалия;</p> <p>историческая реалия</p>	Транскрипция (освоенная реалия)
35.	<u>Divergent</u>	<u>Дивергент</u>	<p>Этнографическая реалия</p> <p>– название касты в серии романов американской писательницы Вероники Рот</p>	Транслитерация
36.	<u>Dracula Untold</u>	<u>Дракула</u>	<p>Этнографическая реалия</p> <p>– имя персонажа романа Брэма Стокера</p>	Транслитерация (освоенная реалия)
	2015			
38.	<u>Joy</u>	<u>Джой</u>	<p>Этнографическая реалия</p> <p>– имя собственное</p>	Транскрипция

39.	<u>The Vatican tapes</u>	<u>Ватиканские записки</u>	Географическая реалия – название государства	Транскрипция (освоенная реалия)
40.	<u>Cinderella</u>	<u>Золушка</u>	Этнографическая реалия – имя персонажа сказки	Функциональный аналог (освоенная реалия)
41.	<u>Macbeth</u>	<u>Макбет</u>	Этнографическая реалия – название пьесы Уильяма Шекспира	Транскрипция (освоенная реалия)
42.	<u>Everest</u>	<u>Эверест</u>	Географическая реалия-название высочайшей вершины Земли	Транскрипция (освоенная реалия)
43.	<u>San Andreas</u>	<u>Разлом Сан-Андреас</u>	Географическая реалия – название трансформного разлома между тихоокеанской и североамериканской плитами длиной 1300 км, проходящий вдоль побережья по территории штата Калифорния (США)	Транскрипция (освоенная реалия)
44.	<u>Ant-man</u>	<u>Человек-муравей</u>	Этнографическая реалия – имя персонажа комиксов	Калька
45.	<u>Chicago fire</u>	<u>Чикагские пожарные</u>	Географическая реалия – название города	Транскрипция (освоенная реалия)

46.	<u>Krampus</u>	<u>Крампус</u>	Этнографическая реалия – имя персонажа в фольклоре альпийского региона, спутник и одновременно антипод Николая Чудотворца; историческая реалия; внешняя реалия	Транслитерация
47.	<u>Lady of Csejte</u>	<u>Кровавая леди Батори</u>	Этнографическая реалия – вежливое обозначение женщины (особенно из высших слоёв общества); географическая реалия - название города	Освоение (освоенная реалия) + функциональный аналог
48.	<u>Mr. Holmes</u>	<u>Мистер Холмс</u>	Этнографическая реалия – название нетитулованного лица мужского пола и форма обращения к нему в англоязычных странах / этнографическая реалия – имя персонажа рассказов Артура Конан Дойла	Транскрипция (освоенная реалия); транскрипция (освоенная реалия)
49.	<u>Peter Pan</u>	<u>Пэн:</u> путешествие в Нетландию	Этнографическая реалия – имя персонажа книги Джеймса Барри	Транскрипция (освоенная реалия)
50.	<u>Mississippi grind</u>	Прогулка по <u>Миссисипи</u>	Географическая реалия – название реки в США	Транскрипция (освоенная)

				реалия)
	2016			
51.	<u>Deadpool</u>	<u>Дэдпул</u>	Этнографическая реалия – имя персонажа комиксов	Транскрипция
52.	<u>Kung Fu Panda 3</u>	<u>Кунг-Фу панда 3</u>	Этнографическая реалия – название вида китайского боевого искусства; внешняя реалия / Географическая реалия – название вида животных, эндемика Китая; внешняя реалия	Транслитерация (освоенная реалия) / транслитерация (освоенная реалия)
53.	<u>Batman v Superman: Dawn of Justice</u>	<u>Бэтмен против Супермена: на заре справедливости</u>	Этнографическая реалия – имена супергероев комиксов	Транскрипция / транскрипция
54.	<u>Gods of Egypt</u>	Боги <u>Египта</u>	Географическая реалия - название государства	Транскрипция (освоенная реалия)
55.	<u>Warcraft</u>	<u>Варкрафт</u>	Этнографическая реалия – название компьютерной игры	Транслитерация
56.	Hail, <u>Caesar!</u>	Аве, <u>Цезарь!</u>	Этнографическая реалия – имя исторического персонажа; историческая реалия; внешняя реалия	Освоение (освоенная реалия)
57.	Snowdown in	Разборка в	Географическая реалия –	Транскрипция

	<u>Manila</u>	<u>Маниле</u>	название города	(освоенная реалия)
58.	The legend of <u>Tarzan</u>	Легенда о <u>Тарзане</u>	Этнографическая реалия – имя вымышленного персонажа, созданного писателем Эдгаром Райсом Берроузом	Транскрипция (освоенная реалия)
59.	Teenage mutant <u>ninja turtles 2</u>	Черепашки- <u>ниндзя 2</u>	Этнографическая реалия – название персонажей комиксов / Общественно-политическая реалия – название шпиона, лазутчика и наёмного убийцы в средневековой Японии; Внешняя реалия, историческая реалия	Транскрипция (освоенная реалия) / Освоение (освоенная реалия)
60.	London has fallen	Падение Лондона	Географическая реалия – название города	Транслитерация (освоенная реалия)