

*М. М. Цатурян, А. Ю. Марк*

## **ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ НАЗВАНИЙ ФИЛЬМОВ КАК ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ ПРОБЛЕМА**

*Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия*

**Аннотация.** В статье отражаются особенности передачи названий фильмов с английского языка на русский, рассматриваются дискуссионные вопросы по раскрытию их прагматического потенциала, а также проводится сравнительный анализ переводов фильмонимов. Актуальность исследования обусловлена тем, что количество выходящих в прокат кинокартин увеличивается с каждым днем, а для показа за границей требуется их локализация. Цель работы заключается в сравнительном анализе переводов названий фильмов в рамках реализации их прагматического потенциала. Материалом для исследования послужили англоязычные фильмы и сериалы кинокомпаний 20th Century Fox, Columbia Pictures, Paramount Pictures и др. Теоретико-методологическая база исследования представляет собой работы таких ученых, как Л. Е. Черкасский, В. Н. Комиссаров, Я. И. Рецкер и др. В результате выявлено, что для локализации фильмонимов осуществляется ряд лексических, грамматических и синтаксических адаптаций. Важную роль играет адекватность перевода, которая заключается в сохранении содержания оригинала с точки зрения не только лексики и грамматики, но и его прагматической функции. Сравнительный анализ переводов фильмонимов показал, что далеко не всегда российские локализаторы успешно адаптируют их для русскоязычной аудитории, что связано как со сложностями перевода, так и со стремлением сделать успешный маркетинговый ход.

**Ключевые слова:** *фильмонимы, прагматический потенциал, лингвокультурология, локализация, адаптация, стратегии перевода*

*М. М. Tsaturyan, A. Yu. Mark*

## **PECULIARITIES OF TRANSLATING FILM TITLES AS A LINGUOCULTURAL PROBLEM**

*Kuban State University, Krasnodar, Russia*

**Abstract.** The article reveals the peculiarities of translating film titles from English into Russian, discusses the issues on the realization of their pragmatic potential and presents a comparative analysis of translation of filmonyms. The relevance of the study is due to the fact that the number of films is increasing and it is needed to localize them. The aim of the study is a comparative analysis of the film title translations considering the realization of their pragmatic potential. The study materials consist of English-language films and series produced by 20th Century Fox, Columbia Pictures, Paramount Pictures, and others. The theoretical and methodological framework includes the works of L. E. Cherkassky, V. N. Komissarov, Ya. I. Retsker, and others. The result of the study shows that localization of filmonyms makes use of various lexical, grammatical and syntactical adaptation. Translation adequacy plays a crucial role: it requires preserving the original's content at the lexical and grammatical levels and also in terms of its pragmatic function. The comparative analysis demonstrates that Russian localizers do not always successfully adapt film titles due to translation difficulties or marketing outcome.

**Keywords:** *filmonyms, pragmatic potential, linguoculturology, localization, adaptation, translation strategies*

**Введение.** Кинематограф в современном обществе занимает одну из ступеней развития человека, формируя мировоззрение, психологию и социокультурные представления зрителей. Названия фильмов, или фильмонимы, содержат в себе исторические контексты, эмоциональные установки и различные особенности целевой аудитории. Проблема исследования заключается в том, что перевод фильмонимов представляет собой сложный процесс, требующий глубокого понимания языковых особенностей, историко-культурного развития, а также социальной среды, в которой находится зритель [8, с. 28]. К таким факторам относятся менталитет, классовая дифференциация населения (потребителя). В названиях фильмов выражается авторский замысел, передается не только предметная информация, но и эмоциональный фон, в них заложен культурный код той или иной страны [7, с. 226]. Цель работы заключается в сравнительном анализе переводов названий фильмов конца XX – начала XXI вв. различных жанров (драматические, триллеры, ужасы, комедии, боевики и фантастика) в рамках реализации их прагматического потенциала. Суть прагматики – воздействие на зрителя. Задача переводчика как посредника между автором и реципиентом состоит в понятном транслировании этой прагматики.

**Актуальность исследуемой проблемы.** С точки зрения лингвистической науки, проблема перевода на русский язык названий иностранных фильмов является мало разработанной. Сценарии кинофильмов зачастую основаны на художественных текстах или влекут за собой образование новых произведений. Таким образом, проблема анализа и перевода названий фильмов является не менее важной, чем вопросы, с которыми переводчики сталкиваются при изучении заглавий художественных произведений. Нет единых критериев перевода фильмонимов на русский язык, что требует проведения дополнительных исследований. Задача переводчика – адаптировать названия фильмов так, чтобы сохранилось оригинальное сообщение и, в то же время, не нарушилось восприятие зрителя. Без локализации фильмы и сериалы потеряли бы не только кассовые сборы, но и культурную значимость. Однако на них влияет не просто адаптация, а именно успешный перевод, т. к. фильмоним является некой товарной карточкой всей кинокартины, не просто элементом композиции текста, а его значимой частью.

**Материал и методы исследования.** Материалом для исследования послужили англоязычные фильмы и сериалы кинокомпаний 20th Century Fox, Columbia Pictures, Paramount Pictures, Miramax Films, Warner Bros., Walt Disney Company, DreamWorks, Sony Pictures, Universal Pictures и др. Для изучения проблемы изучено около 100 фильмонимов. Теоретико-методологическая база исследования представляет собой работы таких ученых, как В. Н. Комиссаров [5], Я. И. Рецкер [6], Л. Е. Черкасский [7], Ю. В. Бабичева [1] и др. В ходе работы применены: метод сплошной выборки, метод классификации, сравнительный и описательный методы, теоретический анализ научно-методической литературы, а также семантический анализ.

**Результаты исследования и их обсуждение.** И. Р. Гальперин классифицирует категории заглавия следующим образом: к семантическим он относит информативность, глубину (подтекст), пресуппозицию и прагматику, а к структурным – интеграцию, сцепление, ретроспекцию, проспекцию, партитурность и континуум [4, с. 524].

Прагматика представляет собой «конкретную установку на читателя» [4, с. 526]. В названии данная установка отражается ярче, чем в самом «теле» произведения, поскольку название – это элемент, с которым читатель или зритель сталкивается в первую очередь, и, таким образом, оно играет значительную роль в том, будет ли он знакомиться далее с этим произведением.

Информативность И. Р. Гальперин определяет как ведущую грамматическую категорию текста [4, с. 526]. Также важнейшей задачей любого названия считается сообщение читателю или зрителю в сжатом виде об основной тематике произведения, т. е. выполнение

информативной функции. К примеру, в названии может отражаться информация о жанре кинокартины, а также о ее эмоциональном фоне. Под завершенностью исследователь понимает взаимоотношение между названием и основным корпусом текста, его началом и концовкой [4, с. 528–529]. Таким образом, название играет значительную роль в реализации данной категории.

Достижение адекватности перевода происходит с учетом коммуникативной функции фильмонима как важного элемента кинофильма, т. е. при переводе требуется прагматическая адаптация для достижения адекватности, что является основной сложностью при локализации названий фильмов. Для этого необходимо учитывать целый ряд факторов, таких как вербальные и невербальные средства коммуникации, общее содержание (смысловая нагрузка), средства выразительности и языковое оформление текста оригинала в рамках перевода [9, с. 66]. Для адекватной передачи фильмонимов используются различные переводческие трансформации. Л. С. Бархударов составил следующую классификацию способов перевода: перестановки (изменения порядка слов и словосочетаний в предложении); замены (форм слов, частей речи, членов предложения); добавления (необходимые в конкретном контексте для уточнения какого-либо признака); опущения (избегание определенных слов или выражений в рамках соблюдения норм языка перевода) [2, с. 135].

На основании проведенного анализа можно сделать вывод о том, что адекватность передачи названий фильмов является прежде всего лингвокультурной проблемой. Переводчик сталкивается с рядом трудностей, которые необходимо решить. Первая – проблема межкультурной коммуникации, она связана с различиями между культурами стран, с отражением их особенностей в фильме. Переводчик должен владеть обеими культурами коммуникации, обладать определенными знаниями, навыками адаптации к той или иной среде. С первой проблемой тесно связана вторая: невозможно перевести слово или словосочетание без потери смысла высказывания. В этой связи существуют критерии оценки качества переводимого произведения: адекватность переданной информации, соответствие лексическим, грамматическим и стилистическим нормам языка перевода, точная передача позиции авторов кинокартины.

Прямой перевод как один из приемов чаще всего используется, когда фильмоним представляет собой имя собственное и реализуется с помощью заимствований, кальки или буквального перевода [10]. Например, антропонимные фильмонимы “The Nutcracker and the Four Realms” (2018) – «Щелкунчик и четыре королевства», “Martian” (2015) – «Марсианин», “Spider-Man” (2002) – «Человек-паук» или локальные “Oklahoma!” (1999) – «Оклахома!», “Riverdale” (2017) – «Ривердейл» [3]. Однако, если прямое соответствие между языками отсутствует, перевод требует применения лексических, грамматических или синтаксических трансформаций ([2], [6]). В большинстве своем эта стратегия компенсирует жанровую или смысловую недостаточность прямого перевода, играя существенную роль в формировании общей картины в глазах зрителя и рекламе и используется в переводе фильмонимов, содержащих национально-культурный компонент: “Cars” (2006) – «Тачки», “The Runner” (2015) – «Беглец», “The Secret Life of Walter Mitty” (2013) – «Невероятная жизнь Уолтера Митти», “Zero Hour” (2013) – «Последний час».

Не всегда эквивалентный перевод является прагматически адекватным, и тогда переводчику необходимо использовать метод прагматической адаптации [5, с. 60]. Прагматика связана не только с самим фильмом, но и с отношением к нему реципиента в целом: это его личный опыт, физическое или моральное состояние, интересы, вкусы и т. п. Так автор стремится привлечь определенную аудиторию. Например, криминальная драма режиссера М. Манна “Public Enemies” (2009) в российском прокате получила название «Джонни Д.», что является полной заменой фильмонима, которая может быть обусловлена культурными особенностями языка или коммуникативным компонентом содержания.

Иногда прямой перевод фильмонима смотрится неуместно в условиях общественного мышления аудитории, потребляющей продукт: “Eliza Graves” (2014) – «Обитель проклятых», “Hotel Transylvania” (2012) – «Монстры на каникулах», “Tangled” (2010) – «Рапунцель: Запутанная история», “The Bucket List” (2007) – «Пока не сыграл в ящик». Прямой перевод “Public Enemies” – «Враги государства» был бы вполне допустим, однако благодаря отечественным переводчикам произошло совпадение инициалов актера Джонни Деппа с именем главного героя, что явилось своеобразным маркетинговым ходом, способным привлечь внимание русскоговорящей аудитории с ее любовью к широко известному актеру. Что касается прагматического потенциала, адаптация под целевую аудиторию осуществлена, однако оригинальное название картины не сохранено, что говорит о частичной реализации прагматической функции.

В. Н. Комиссаров выделяет три типа прагматической адаптации, которые мы далее рассмотрим [5, с. 61]. Первый тип заключается в отражении эмоциональности, связанной с передачей особого ассоциативного ряда. Такая адаптация подходит в том случае, если заголовок содержит культурный компонент, разговорную или, наоборот, возвышенную лексику: “Dumb & Dumber” (1994) – «Тупой и еще тупее», “Dirty Grandpa” (2016) – «Дедушка легкого поведения», “The Prodigy” (2019) – «Омен: Перерождение». Тем не менее существуют ограничения в использовании ненормативной лексики, поэтому ее не часто можно встретить в фильмонимах.

Второй тип предполагает достижение адекватного восприятия переводимой информации реципиентом. Сложность состоит в том, чтобы корректно передать сообщение, понятное носителю языка, но неизвестное русскоговорящему человеку. Одним из таких способов является прием добавления информации. Например, при переводе топонимов (Idaho, Jacksonville, Arkansas, East Sussex и др.) принято добавлять слова «штат», «провинция», «графство»; при локализации названий организаций происходит следующее: “BBC” – «корпорация Би-би-си», “Sony Pictures” – «кинокомпания Сони Пикчерз».

Третий тип адаптации нужен для воздействия на конкретного, а не на «массового» зрителя. Переводчику необходимо локализовать фильмоним, семантика и структура которого отличаются от языковой системы языка перевода. Как правило, такие названия состоят из словосочетаний или предложений. В результате часто получается сообщение, не имеющее почти ничего общего с оригиналом: “Knives Out” (2019) – «Достать ножи»; “The Pacifier” (2005) – «Лысый нянька: Спецзадание».

Для сравнительного анализа перевода фильмонимов в рамках реализации их прагматического потенциала рассмотрим примеры удачных, неудачных и сложных случаев. Критериями оценки стали: реализация коммуникативной функции фильмонима, изменение / сохранение оригинального названия, а также лингвокультурная сторона вопроса. Для сравнения взяты художественные фильмы различных жанров: драматические, комедийные, триллеры, боевики и фантастика.

“Argo” (2012) – «Операция Арго». В англо-культуре аудитория лучше воспринимает односложные названия, которые часто скрывают в себе философский подтекст или интригу. В русском же языке есть тенденция к созданию длинных заголовков. Нам кажется, что такое название содержит больше информации, а количество сложных оборотов имеет философское начинание. В нашем случае это добавление оправдано, т. к. русскоговорящему зрителю, как правило, для сложных названий требуется пояснение, здесь – «операция». В англоязычной среде слово “Argo”, которое связано с известным мифом о Ясоне, не вызывает путаницы, чего нельзя сказать о русскоязычном реципиенте. В итоге мы получаем достаточно информативный перевод, теряющий, однако, свою метафоричность, загадочность.

“Elysium” (2013) – «Элизиум: Рай не на Земле». Другой пример пояснения фильмонима, так же связанный с культурным различием. В англоговорящей среде слово “Elysium”

вызывает ассоциации с античной мифологией (Элизиум – место для героев после смерти). В русской же культуре античная концепция менее популярна, что ограничивает представление о фильме в целом. Тем не менее добавление «Рай не на Земле» слишком открыто говорит о сюжете. Таким образом, можно говорить о частичной реализации прагматической функции.

“Gone Girl” (2014) – «Исчезнувшая». Драма-триллер повествует о бытовых проблемах и семейных отношениях, об уязвленной женской гордости. Английское слово “gone” означает как физическое исчезновение, так и психологическую трансформацию. Русское слово *исчезнувшая* имеет только один смысл. В результате теряется намек о метаморфозе главной героини, поэтому нельзя считать этот перевод удачным с точки зрения прагматики.

“Fair Game” (2010) – «Игра без правил». В российской локализации триллер получил достаточно неоднозначное название. Дословно “fair game” – «честная игра», ироничный фразеологический оборот. Сюжет повествует нам о довольно неприятных событиях истории, связанных с политическими интригами в правительстве США времен Дж. Буша, манипуляциями разведанными, оружием массового поражения и т. п. Конечно, такая игра не может быть честной, поэтому наши переводчики использовали антонимический перевод. В результате получилось сделать хороший маркетинговый ход, сохранив при этом прагматическую функцию фильмонима.

“Identity Thief” (2013) – «Поймай толстуху, если сможешь». Английское словосочетание “identity thief” буквально означает «похититель личности» (речь идет о мошеннице, ворующей чужие данные). В русском варианте переводчики сделали маркетинговый ход: добавили отсылку к фильму “Catch Me If You Can” (2002) – «Поймай меня, если сможешь». Слово *толстуха* делает акцент на внешность героини, благодаря чему название становится более комичным и в то же время очень близким к стереотипу. Локализаторы полностью заменили оригинальное название, и тем не менее частично суть была сохранена, т. к. фраза «Поймай толстуху, если сможешь» звучит как вызов, призывая остановить умную воровку.

“The Men Who Stare at Goats” (2009) – «Безумный спецназ». Еще один пример сложной работы переводчиков. Фраза “the men who stare at goats” буквально переводится как «люди, которые смотрят на козлов». Вряд ли наш зритель захотел бы посмотреть фильм с таким непривлекательным названием: само по себе оно было бы осложнено придаточным предложением и обобщенным словом «люди», которые зачем-то смотрят на козлов. Во фразе присутствует аллюзия на реальные события США, а именно речь идет о проекте Пентагона по изучению возможности паранормального воздействия на животных. Такая метафора в условиях русской среды потеряла бы свою прагматическую функцию. Русский перевод «Безумный спецназ» делает акцент на военную тематику и юмор, что больше соответствует жанру фильма – мистическая комедия. Таким образом, переводчики сделали замену всех компонентов, использовав жанровую адаптацию фильмонима.

“John Tucker Must Die” (2006) – «Сдохни, Джон Такер!». В переводе драматического боевика переводчики использовали целый ряд трансформаций. Сюжет кинокартины довольно прост: три девушки, одновременно встречающиеся с баскетболистом Джоном Такером, объединяются, чтобы отомстить ему. В данном случае применение трансформаций обусловлено стремлением адаптировать ценностные ориентации молодежи и психологически поддержать их в преодолении «культурного шока». К тому же такой перевод можно считать успешным с точки зрения жанровой соотнесенности (комедия). Также сохранена смысловая нагрузка оригинального фильмонима. В итоге в этом примере можно говорить о реализованном прагматическом потенциале.

“Gravity Falls” (2012–2016) – «Гравити Фолз». Достаточно популярный среди детской аудитории мультфильм. По сюжету город Гравити Фолз славится своими аномалиями:

здесь нарушаются законы физики, оживают неодушевленные предметы. Основатель города, президент США Квентин Трэмбли, упав с лошади с достаточно большой высоты, дал соответствующее название данному месту. В английском языке название играет на двусмысленности: “gravity” – это как «гравитация», так и «серьезность»; в русском же языке слово является однозначным, поэтому переводчики транслитерировали его, создав атмосферу загадочности, которая так нравится юным зрителям. Таким образом, локализаторы полностью сохранили оригинал, однако потерялась игра слов, из-за чего не каждый сможет понять значение такого названия, поэтому прагматический потенциал реализован частично.

“Now You See Me” (2013) – «Иллюзия обмана». Сюжет фильма достаточно увлекателен, а герои – гениальны: банда иллюзионистов совершает ограбление с помощью своих умений. Английская фраза “Now you see me, now you don’t” («Сейчас ты видишь меня, а теперь нет») типична для фокусников, что наводит зрителя, в первую очередь, на мысль о том, что его ждут удивительные трюки и уловки. В русском переводе ее полностью заменили, сделав название более драматичным, с намеком на обман и мистику. Для русскоговорящей аудитории словосочетание «иллюзия обмана» может говорить о нескольких вариантах развития событий: от драмы до психологического триллера или даже паранормального хоррора. В результате получилась удачная адаптация, хотя была потеряна игра слов, что говорит о частичной реализации прагматического потенциала.

“The Expendables” (2010) – «Неудержимые». В фильме рассказывается о группе профессиональных наемников, выполняющих различные задания: от спасения заложников до уничтожения диктаторской власти. Оригинальный фильм переводится как «расходные» или «одноразовые» – так называют бойцов, которыми можно пожертвовать в ходе миссии ради ее завершения. В российской локализации он получил перевод «Неудержимые», что придает сюжету героическое значение, противоположное оригинальному послылу жертвенности и самоотверженности. В данном случае переводчики сменили циничный смысл на мужественный, чем сделали хороший маркетинговый ход. Русский фильм побуждает потенциального зрителя узнать, каких людей и за что назвали неудержимыми. Таким образом, можно говорить об успешной реализации прагматической функции.

“War Dogs” (2016) – «Парни со стволами». Оригинальное название – американская идиома, означающая торговлю нелегальным оружием или бизнес войны и обладающая иронически-негативной коннотацией (само слово “dogs” – «собаки» относится к разговорному, жаргонному стилю). Русский перевод «Парни со стволами» также можно определить как стилистически сниженное выражение, однако ничего общего с «собаками войны» оно не имеет. Резонность полной замены фильмонима довольно оправдана – русскоязычная аудитория вряд ли восприняла бы адекватно такое название, что связано с историческим наследием страны. В результате получилось сохранить неформальный подтекст, а также адаптировать фильм под молодежную аудиторию. В то же время потерялась ироничность и социально-критический подтекст словосочетания “war dogs”. В данном случае можно сказать, что прагматический потенциал реализован частично.

“Limitless” (2011) – «Области тьмы». В фильме проиллюстрирован миф о том, что для стопроцентного использования всех ресурсов головного мозга человека требуется некий «стимулятор», а именно – принимаемые главным героем таблетки. Слово “limitless” переводится как «безграничный» и передает идею неограниченных возможностей человека, который сам по себе умен. Впоследствии герой почти отказывается от препарата, который вызывал у него побочные эффекты и полностью изменил его жизнь, наполнив болью, смертями и сожалениями. «Области тьмы» – метафора, к которой прибегли русские переводчики, чтобы раскрыть суть такого образа жизни, тем самым усилив философскую составляющую. Таким образом, данный перевод лексически неэквивалентен, но прагматически оправдан.

“Only the Brave” (2017) – «Дело храбрых». Фильм повествует об отряде пожарных, пытающихся справиться с огнем в лесах Аризоны. Оригинальный фильмоним “Only the Brave” – довольно героическая и даже пафосная фраза в американской культуре, которая делает акцент на личности, а также на культе героизма. Русский перевод «Дело храбрых» адаптирован под отечественную модель героизма как долга. Оба варианта намекают на исключительность, избранность тех единственных, кому под силу справиться с природной стихией. Российским локализаторам также удалось сохранить высокий стиль названия. В результате данный перевод можно считать и лексически, и прагматически успешным, соответствующим культурным ценностям целевой аудитории.

“Hacksaw Ridge” (2016) – «По соображениям совести». Основанный на реальных событиях фильм повествует о «Битве за Окинаву». Главный герой Десмонд Досс – адвентивист седьмого дня – сознательно отказывается от использования оружия на войне, хотя и хочет в ней участвовать. Вместо этого он спасает людей с поля боя. Оригинальное название “Hacksaw Ridge” означает место его подвига – прозвище горного откоса Маэда. Российские переводчики отказались от прямого перевода фильмонима, т. к. он был бы непрозрачен для русской аудитории, т. е. не раскрыл бы главный конфликт фильма. Вместо этого они дали название «По соображениям совести», которое отсылает к понятию отказника, не желающего участвовать в кровопролитии, но стремящегося сделать благое дело. Таким образом, раскрыта моральная составляющая фильма, но утрачен исторический контекст. Мы считаем, что в данном случае прагматический потенциал перевода реализован максимально эффективно, т. к. он компенсирует культурную составляющую оригинала.

“Edge of Tomorrow” (2014) – «Грань будущего». «Грань будущего» – фантастический фильм о нападении пришельцев на Землю. Главный герой, солдат Кейдж, попадает во временную петлю и просыпается снова и снова в один и тот же день после смерти. Оригинальное название можно перевести как «на пороге завтрашнего дня». Оно намекает, что когда-то герой предпримет правильные меры, чтобы оборвать цикличность и наконец начать новый день. Русский перевод «Грань будущего» сделан методом калькирования с минимальной трансформацией, благодаря чему сохранилась метафоричность названия и удалось избежать потери оригинального смысла. Таким образом, прагматическая функция реализована успешно и эквивалентно.

**Выводы.** Анализ способов передачи англоязычных названий на русский язык показал, что самым распространенным приемом перевода являются семантические трансформации, а именно расширение, сужение и модификация значения. Лексические изменения довольно часто влекут за собой грамматические преобразования, вследствие этого в практике перевода приходится использовать сразу оба типа трансформаций.

Анализ показал, что лексически неэквивалентный перевод является прагматически оправданным. Прагматический потенциал фильмонима представляет собой результат выбора кинопрокатной компанией содержания названия кинокартины и способа его языкового выражения, что обусловлено намерением произвести определенный коммуникативный эффект на кинозрителя. В результате взаимодействия фильмонима и содержания самого фильма могут возникать следующие прагматические эффекты: эффект усиленного, оправданного или обманутого ожидания.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бабичева Ю. В. Поэтика заглавия // Вестник Томского государственного педагогического университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2000. – № 6. – С. 61–64.
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода. – 2-е изд. – М. : ЛКИ, 2008. – 235 с.
3. Введение в литературоведение / А. В. Ламзина и др., под ред. И. В. Фоменко. – М. : Высшая школа, 1999. – 560 с.
4. Гальперин И. Р. Стилистика английского языка : учебник. – М. : Высшая школа, 2005. – 343 с.

5. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. – М. : ЭТС, 2000. – 192 с.
6. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика : очерки лингвист. теории перевода. – М. : Международные отношения, 1974. – 216 с.
7. Черкасский Л. Е. Начнем с заглавия // Иностранная литература. – М. : Наука, 1986. – С. 225–230.
8. Kassawat M. Translation and Localization: Frequent Arguments through Asymmetric Binoculars [Электронный ресурс] // TransLogos Translation Studies Journal. – 2021. – Vol. 4. – No. 2. – P. 27–44. – URL : <https://doi.org/10.29228/transLogos.36> (дата обращения: 14.01.2026).
9. Kyrychuk L. Translation Strategies, Methods and Techniques: In Pursuit of Translation Adequacy [Электронный ресурс] // RESEARCH TRENDS IN MODERN LINGUISTICS AND LITERATURE. – 2018. – Vol. 1. – P. 64–80. – URL : <https://doi.org/10.29038/2617-6696.2018.1.64.80> (дата обращения: 14.01.2026).
10. Płońska D. Strategies of Translation [Электронный ресурс] // Psychology of Language and Communication. – 2014. – Vol. 18, No. 1. – P. 67–74. – URL : <https://doi.org/10.2478/plc-2014-0005> (дата обращения: 14.01.2026).

Статья поступила в редакцию 17.01.2026

#### REFERENCES

1. Babicheva Yu. V. Poetika zaglaviya // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki. – 2000. – №6. – S. 61–64.
2. Barkhudarov L. S. Yazyk i perevod: voprosy obshchey I chastnoy teorii perevoda. – 2-e izd. – М. : LKI, 2008. – 235 s.
3. Vvedenie v literaturovedenie / A. V. Lamzina i dr., pod red. I. V. Fomenko. – М. : Vysshaya shkola, 1999. – 560 s.
4. Gal'perin I. R. Stilistika angliyskogo yazyka : uchebnik. – М. : Vysshaya shkola, 2005. – 343 s.
5. Komissarov V. N. Sovremennoe perevodovedenie. – М. : ETS, 2000. – 192 s.
6. Retsker Ya. I. Teoriya perevoda i perevodcheskaya praktika : ocherki lingvist. teorii perevoda. – М. : Mezhdunarodnye otnosheniya, 1974. – 216 s.
7. Cherkassky L. E. Nachnem s zaglaviya // Inostrannaya literatura. – М. : Nauka, 1986. – S. 225–230.
8. Kassawat M. Translation and Localization: Frequent Arguments through Asymmetric Binoculars [Elektronnyj resurs] // TransLogos Translation Studies Journal. – 2021. – Vol. 4. – No. 2. – P. 27–44. – URL : <https://doi.org/10.29228/transLogos.36> (data obrashcheniya: 14.01.2026).
9. Kyrychuk L. Translation Strategies, Methods and Techniques: In Pursuit of Translation Adequacy [Elektronnyj resurs] // RESEARCH TRENDS IN MODERN LINGUISTICS AND LITERATURE. – 2018. – Vol. 1. – P. 64–80. – URL : <https://doi.org/10.29038/2617-6696.2018.1.64.80> (data obrashcheniya: 14.01.2026).
10. Płońska D. Strategies of Translation [Elektronnyj resurs] // Psychology of Language and Communication. – 2014. – Vol. 18, No. 1. – P. 67–74. – URL : <https://doi.org/10.2478/plc-2014-0005> (data obrashcheniya: 14.01.2026).

The article was contributed on January 17, 2026

#### Сведения об авторах

*Цатурян Марина Мартиросовна* – доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии Кубанского государственного университета, г. Краснодар, Россия, <https://orcid.org/0000-0003-2738-8765>, [tsaturyan.mm@mail.ru](mailto:tsaturyan.mm@mail.ru)

*Марк Анастасия Юрьевна* – студентка факультета романо-германской филологии Кубанского государственного университета, г. Краснодар, Россия, <https://orcid.org/0009-0009-8824-4133>, [markanastasia2004@gmail.com](mailto:markanastasia2004@gmail.com)

#### Author Information

*Tsaturyan, Marina Martirosovna* – Doctor of Philology, Professor of the Department of English Philology, Kuban State University, Krasnodar, Russia, <https://orcid.org/0000-0003-2738-8765>, [tsaturyan.mm@mail.ru](mailto:tsaturyan.mm@mail.ru)

*Mark, Anastasia Yuryevna* – Student of the Faculty of Romance and Germanic Philology, Kuban State University, Krasnodar, Russia, <https://orcid.org/0009-0009-8824-4133>, [markanastasia2004@gmail.com](mailto:markanastasia2004@gmail.com)