

**ПЕРЕВОД КОЛЛОКВИАЛЬНЫХ КОНСТРУКЦИЙ  
С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ (НА  
ПРИМЕРЕ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ  
ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ)**

Тимошевская А.О., Данилова И.И.

Инженерно-технологическая академия ЮФУ,  
Таганрог, Россия

Разговорная речь всегда представляла ряд трудностей для лингвистов и переводчиков, в силу своей спонтанности, сиюминутности и структурной алогичности. Развитие технологий в XX веке позволило посредством технических методов «остановить» устную речь для последующего анализа и систематизации. Одним из важнейших механизмов «остановки» устной речи стал кинематограф.

Продукт кинематографа – фильм – это определенный тип дискурса. По определению С. С. Назмутдиновой, «кинодискурс – это семиотически осложненный, динамичный процесс взаимодействия автора и кинореципиента, протекающий в межкультурном и межкультурном пространстве с помощью средств киноязыка, обладающего свойствами синтаксичности, вербально-визуальной сцепленности элементов, интертекстуальности.» [1]. Именно поэтому, кинофильмы, ставшие в настоящее время значимой частью современной культуры, являются безграничным источником структурных образований разговорной речи, образцы которой каталогизируются, сводятся к определенному набору моделей и сортируются на типы на основе доминантных черт в рамках подраздела лингвистики – коллоквиалистики (другими словами теории разговорной речи). Прежде всего английской разговорной речи присущи такие имманентные лингвистические и экстралингвистические факторы как устный диалогический характер речи, обиходно-бытовая тематика, фонетическая редуцированность, ситуационность, эмоциональность, спонтанность и неформальный характер речи. Однако для разговорной речи характерны также и ряд коллоквиальных синтаксических структур,

Основной задачей данного исследования является выделение наиболее часто употребляемых типов коллоквиальных структур в разговорной речи. Для решения поставленной задачи нами был переведен англоязычный художественный фильм «Coffee and Cigarettes» («Кофе и сигареты») режиссера Джима Джармуша (Jim Jarmusch). Вслед за А.А. Худяковым [2] в разговорной речи, представленной в исследуемом фильме, мы выделили следующие характерные синтаксические явления: парцелляция, абсолютный атрибут, пролептические конструкции, антиципационные конструкции, инверсия, вопросно-ответное построение высказывания, переспрос, повтор, эллипсис глагола связки, эксплетивы, перифраза, безглагольное выражение побудительности, утвердительная форма вопроса, эллипсис подлежащего и др.

Комплексный анализ синтаксиса исследуемого кинофильма выявил преобладание следующих коллоквиальных структур: **парцелляция** (последовательность высказываний, оформленных интонационно и на письме как отдельные предложения): *Chinese, Japanese. Same thing - Китайцы, японцы. Одно и то же; I've been here. Drinking a little coffee Cigarettes and coffee, man. That's a combination! Can't beat it - Я был здесь. Пил кофе. Сигареты и кофе, парень. Что за комбинация! Непобедимая комбинация; переспрос (коллоквиальный переспрос): *We had lunch earlier. We did? - Мы уже пообедали раньше. Не так ли?, I ordered you some. -You ordered for me?, - Я заказал и тебе немного. – Ты заказал мне; повтор (повторяться**

могут любые элементы): *I mean, is it cool? Is that cool? - Я имею в виду, это круто? Это то, что круто?, Sorry. Sorry about the coffee - Извини, извини за кофе; эксплетивы* (полнозначные лексические элементы, выполняющие определенную синтаксическую функцию, однако излишние в предложении): *What the heck is in that bag? - Что, черт возьми, в этом пакете?; утвердительная форма вопроса* (при построении вопроса правила игнорируются): *Everybody's all right? - Все в порядке?, They're Japanese? - Они японские?; эллипсис подлежащего* (ситуация и контекст общения могут идентифицировать подлежащее): *Gotta go - Мне пора, See you soon – Увидимся, Tastes like black pepper - На вкус как черный перец.*

Несмотря на то, что многие черты разговорной речи являются характерными для английского и русского языков, для каждого языка в силу специфики характерен отдельный набор коллоквиальных черт и конструкций, что представляет особый интерес для переводчиков разговорной речи в англоязычных художественных фильмов при их переводе на русский язык.

**Список литературы**

1. Назмутдинова С.С Гармония как переводческая категория (на материале русского, английского, французского кинодискурса) автореф. дис. канд. филол. наук. М., 2003.
2. Худяков А.А. Теоретическая грамматика английского языка: Учеб. пособие для студ. филол. фак. и фак. ин. яз. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 256 с.

**СТРАТЕГИИ ФОРЕНИЗАЦИИ И ДОМЕСТИКАЦИИ  
ПРИ ПЕРЕВОДЕ НАЗВАНИЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ  
ФИЛЬМОВ**

Тимченко А.С., Каширина Н.А.

Южный Федеральный Университет, Таганрог, Россия

Знакомство с любым фильмом, независимо от его жанра, начинается с названия. Название фильма имеет функцию сжатия смысла всего фильма в короткую фразу. Она должна дать представление читателю о жанре фильма, намекать на содержание, и, не в последнюю очередь – привлечь внимание. Переводчик должен учитывать эти функции названия и руководствоваться не только языковыми знаниями, но и учитывать экстралингвистические факторы. Таким образом перевод приобретает свойства адаптации, которая может иметь следующие стратегии:

- дословный перевод;
- трансформация;
- замена названия.

Наиболее простая стратегия – дословный перевод названий фильмов. Она применяется при отсутствии непередаваемых социокультурных реалий и конфликта между формой и содержанием: *The Aviator – Авиатор (2004), Address unknown – Адрес неизвестен (2001), Coast Guard – Береговая охрана (2002).*

Вторая стратегия – трансформация названия, что обусловлено различными факторами: лексическими, стилистическими, функциональными, прагматическими. Например, перевод названия может сопровождаться смысловой адаптацией, при которой смысловая или жанровая недостаточность дословного перевода компенсируется заменой или добавлением лексических элементов, которые связаны с сюжетом фильма. Например, название фильма *D-Wars* переведено как «Война динозавров», а *Scary Movie* – «Очень Страшное Кино».

Третья стратегия, которой пользуются переводчики – это замена названий фильмов по причине невозможности передать прагматический смысл исходного текста. Прагматическая адаптация вызывается определенными пластами лексики, такими как реалии,