

## НАУЧНЫЕ СТАТЬИ

УДК 811

<https://doi.org/10.25076/vpl.54.01>

В.Е. Анисимов<sup>1</sup>

Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации

### ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КОГНИТИВНО-ЭВРИСТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ПЕРЕВОДА ПРИ ЛОКАЛИЗАЦИИ КИНОЗАГОЛОВКА (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКОГО И РУССКОГО КИНОДИСКУРСА)

*В статье впервые рассматривается применимость когнитивно-эвристической модели перевода, предложенной отечественным лингвистом А.Г. Минченковым, в процессе локализации заголовков французских кинофильмов в русскоязычном лингвокультурном пространстве. Важную роль в грамотной локализации кинозаголовка как малоформатного текста кинодискурса в иной культуре играет сохранение или трансформация концептов, функционирующих в оригинальном кинозаголовке. Предметом исследования являются лингвокультурные концепты, функционирующие в кинозаголовках французских кинофильмов. Основными задачами исследования являлись анализ концептов, функционирующих в исходных кинозаголовках, рассмотрение способов их передачи в процессе локализации заголовков французских кинофильмов в русской лингвокультуре, а также правомерность тех или иных приемов и способов локализации. В результате проведенного анализа нами было установлено, что наиболее удачным в процессе локализации кинозаголовка фильма (локализованный текст – ЛТ) может быть*

---

<sup>1</sup> © Анисимов В.Е. 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

*признан вариант, в котором полностью или частично сохранен концепт, заложенный авторами при создании исходного названия (исходный текст – ИТ), что, в свою очередь, позволит наилучшим образом реализовать прагматический потенциал локализованного кинозаголовка и интертекстуальные связи названия кинофильма с его жанровой составляющей или сюжетом произведения, тем самым существенно повысив кассовые сборы кинофильма и его успех в прокате другой страны.*

*Ключевые слова: кинодискурс, кинотекст, малоформатный текст, концепт, локализация, когнитивно-эвристическая модель перевода*

**UDC 811**

**<https://doi.org/10.25076/vpl.54.01>**

**V.E. Anisimov**

**MGIMO University**

**COGNITIVE-HEURISTIC MODEL OF TRANSLATION  
APPLICATION IN THE LOCALIZATION OF THE FILM  
TITLE (BASED ON THE MATERIAL OF THE FRENCH- AND  
RUSSIAN-LANGUAGE FILM DISCOURSE)**

*The article examines the applicability of the cognitive heuristic translation model proposed by the Russian linguist A.G. Minchenkov in the process of the titles of French films localization of in the Russian-speaking linguistic and cultural space. An important role in the film title competent localization as a film discourse small-format text in another culture is devoted to the preservation or transformation of concepts functioning in the original film title. The subject of the study is the linguistic and cultural concepts that function in the film titles of French films. The main objectives of the study were to analyze the concepts functioning in the original film titles, to consider ways of their transmission in the process of French films titles localization in Russian linguistic culture, as well as the legality of certain localization techniques and methods. As a result of the analysis, we found that the most successful in the process of localization of the film's title (localized target text – LT) can be recognized as a variant in which the concept laid down by the authors when creating the original title (source text) is fully or partially preserved, which, in turn, makes it possible to best realize*

*the localized film title pragmatic potential and the intertextual links of the film title with its genre component or its plot, thereby significantly increasing the box office of the film in another country.*

*Keywords: film discourse, film text, small-format text, concept, localization, cognitive heuristic model of translation*

### **Введение**

На сегодняшний день кинематограф прочно занимает нишу одного из основных видов досуга населения в большинстве стран мира. Появление и активное распространение онлайн-сервисов, позволяющих потребителям знакомиться с новинками кинопроката и смотреть кинофильмы вне мест, специально отведенных для просмотра (кинотеатры, киноклубы, видеотеки и др.). Традиционная популярность кинематографа во Франции обеспечивается высоким интересом французов к новинкам национального и зарубежного кино: согласно данным Национального центра кино и мультипликации Франции (Centre national du cinéma et de l'image animée), посещаемость французских кинотеатров достигла 181 миллион зрителей, что на 18,9% опережает показатель 2022 года и является близким значением к рекордным 2017-2019 годам (Centre national du cinéma, www). Кинематограф остается популярным и у российского зрителя: несмотря на существенное сокращение иностранных кинокартин в российском прокате, совокупные сборы российских кинотеатров в 2023 году составили свыше 40 млрд. рублей, большинство из которых, составили кинофильмы отечественного производства (Фонд кино, www).

Популярность кинематографа, несомненно, влечет за собой распространение кинопродукции за пределы страны производства. В этой связи, необходимым становится грамотная локализация кинотекста в культуре страны-реципиента. Цель статьи заключается в выявлении особенностей локализации в российском прокате лингвокультурных концептов, функционирующих в кинозаголовках французских кинофильмов. Для достижения поставленной цели автор проанализировал концепты, репрезентирующиеся в заголовках французских кинофильмов, рассмотрел способы их передачи в процессе локализации французских кинофильмов в русской лингвокультуре и

правомерность различных приемов и способов локализации концептов, функционирующих в кинозаголовках французских кинофильмов, в русской лингвокультуре. В качестве предмета исследования выступают лингвокультурные концепты, функционирующие в кинозаголовках французских кинофильмов.

Актуальность выбранной тематики заключается в важности уточнения понятий *локализация* и *перевод* применительно к кинодискурсу и его малоформатным текстам, а также необходимостью рассмотрения вопроса грамотной локализации лингвокультурных концептов, функционирующих в малоформатных текстах, в ином лингвокультурном пространстве.

Научная новизна исследования состоит в комплексном осмыслении способов локализации лингвокультурных концептов, репрезентирующихся в кинозаголовках французских кинофильмов, в русской лингвокультуре при выходе французского кинофильма в российском прокате.

Теоретическая значимость исследования заключается в применении когнитивно-эвристической модели А.Г. Минченков относительно феномена локализации кинотекста, в том числе малоформатных текстов кинодискурса.

Практическая значимость исследования состоит в анализе адекватной локализации концептосферы французского кинодискурса в реалиях русской лингвокультуры.

Принимая во внимание мнение исследователей о феномене локализации как всего лишь одной из разновидностей перевода, а не его отдельным видом (Sdobnikov, 2018), мы, тем не менее, рассматриваем локализацию как отдельный вид трансформации исходного текста в новый текст, обладающий схожим с ИТ воздействием на реципиента. Справедливым в данном контексте нам представляется мнение Е.Е. Сухаревой и О.В. Шурлиной о том, что «локализация подразумевает не только перевод текстовых компонентов, но и адаптацию продукта к конкретной культуре через изменение такой информации, как например, звук, цвет, изображение» (Сухарева, Шурлина, 2013, с. 167), а также появлению работ зарубежных исследователей, делающих упор именно на локализацию кинодискурса (Chen, Li, Hou, Huang, 2023). К сказанному выше позволим себе добавить, что в процессе локализации продукта, в особенности, кино- и рекламного

дискурсов, в процесс адаптации текста (в широком смысле) помимо собственно переводчика оказываются вовлечены и другие специалисты, оказывающие свое влияние на преобразование текста. В случае с кинодискурсом и, соответственно, кинотекстом, в процесс локализации продукции может быть вовлечена прокатная/дистрибьюторская кинокомпания, осуществляющая предпрокатную рекламу киноленты и зачастую преследующая по большому счету коммерческие задачи (Анисимов, Борисова, Консон, 2019). Всех вышеперечисленных участников процесса локализации, участвующих в создании локализованного кинотекста, уместно обозначить термином «локализаторы кинопродукции». Под локализацией кинопродукции автором понимается *процесс адаптации кинопроизведения и его основных частей (в т.ч. кинотекста) к условиям иного социо- и лингвокультурного пространства с целью успешного продвижения кинофильма в прокате другой страны*. Грамотная локализация кинотекста и его отдельных составляющих позволяет преодолеть процесс затруднения межкультурного общения, способствуя успешному принятию кинофильма зрителем-представителем иного лингвокультурного пространства.

Рассматривая процесс локализации в ином лингвокультурном пространстве малоформатных текстов, являющихся предметом рассмотрения данной статьи, отметим, что в данном случае одной из основных задач, стоящих перед локализаторами, является создание минимальных различий в вариативности понимания реципиентами-потенциальными зрителями локализованных текстов, в связи с их важной прагматической направленностью.

#### **Материалы и методы**

В процессе анализа мы опирались на актуальный лингвистический материал, составивший 500 кинозаголовков французских кинофильмов, вышедших на экраны в период 2010-2023 гг. Выбор методов исследования обусловлен целью исследования: в работе использовались методы контекстуального и лингвопрагматического анализа, метод лексико-семантического описания лексики, описательно-аналитический метод, сопоставительный анализ теоретических положений с его основным приемом обобщения, метод сплошной выборки.

#### **Обсуждение и результаты**

Процесс локализации кинотекста в иной лингвокультуре является особенно важным в свете рекламы нового кинофильма как продукта киноиндустрии, т.е. на предпросмотровом этапе – этапе знакомства аудитории с кинопроизведением. Особая роль в рекламной кампании кинофильма отводится малоформатным текстам (МФТ) кинодискурса, побуждающим потенциального зрителя сделать выбор в пользу просмотра конкретного кинофильма – кинозаголовков, синопсис, слоган, постер кинофильма. В силу выполняемых функций, основными из которых являются прагматическая, аттрактивная, информативная и концептуально-содержательная, данные МФТ объединяются нами в единый класс функционально-прагматических единиц кинотекста, функционирующих на лингвистическом и прагматическом уровнях (Анисимов, 2021, с. 139; Malyuga, Shvets & Tikhomirov, 2016).

Когнитивно-эвристическая модель перевода, предложенная отечественным лингвистом А.Г. Минченковым, отличается от традиционных переводческих моделей, основанных на эквивалентности и межязыковых соответствиях, тем, что перевод воспринимается в качестве сложного мыслительного процесса, протекающего в сознании переводчика и включающего в себя как действия, направленные на восприятие и понимание исходного текста, так и действия, целью которых является воплощение мысли, заданной исходным текстом, в виде нового текста на другом языке (Минченков, 2008). С опорой на труды зарубежных исследователей (Aitchison, 2003, Katan, 2004, Talmy, 2001), А.Г. Минченков рассматривает деятельность переводчика в ходе подбора функционального эквивалента, особо отмечая, что во многих случаях «переводчику приходится выполнять мыслительные операции с концептами, входящими в смыслы, заданные исходным текстом» (Минченков, 2007, с. 215). Таким образом, процесс трансформации ИТ в ЛТ происходит уже на уровне мысли, «единого мыслительного представления ситуации» (там же, с. 215), а смысл выступает в качестве своеобразной точкой соприкосновения языков в процессе перевода.

Применимость когнитивно-эвристической модели перевода к рассматриваемым нами МФТ кинодискурса связана, прежде всего, с тем, что в ходе локализации продукции, направленной на

массовое потребление, переводчик зачастую сталкивается с необходимостью передачи заложенных в ИТ лингвокультурных концептов, зачастую адаптируя их под нужды аудитории культуры-реципиента. Концепт, в свою очередь, определяется как «объект идеального мира, который имеет имя, определяется набором семантических данных и отражает культурное представление о действительности» (Вежицкая, 1999). В современных зарубежных исследованиях феномены концепта и концептосферы рассматриваются в работах Т. Bekolay, P. Blouw, S. Citraro, R. Jabeen, B.J. Kröger, G. Rossetti, K. Shahzad, K.M. Stille, M. Stella, L. Ukanga, G. Yimini, M. Zock (Jabeen, Shahzad, 2023; Stille, Bekolay, Blouw, Kröger, 2020; Stella, Citraro, Rossetti, 2024; Ukanga, Yimini, 2023; Zock, 2023). Отметим, что в рамках данного исследования концепт рассматривается нами как лингвокультурный феномен, обладающий рядом этноспецифических черт. На наш взгляд, в том случае, когда перевод не является дословным, при локализации МФТ кинодискурса переводчик и иные локализаторы, принимающие участие в адаптации МФТ, также выходят на уровень мысли, осуществляя подбор функционально-прагматического эквивалента, который будет соответствовать всем условиям для потенциального зрителя иного лингвокультурного пространства. При этом, наиболее успешной при локализации МФТ кинодискурса будет ориентация на фоновые знания реципиентов-потенциальных зрителей, что, прежде всего, позволит привлечь к просмотру кинофильма конкретную целевую аудиторию, обеспечив киноленте успешные кассовые сборы.

Уместно также подчеркнуть, что подобный подбор функционально-прагматического эквивалента, который будет отличать локализацию МФТ кинодискурса от собственно перевода, соответствует утверждению А.Д. Швейцера о том, что достижение семантической эквивалентности достигается именно на уровне смыслов (Швейцер, 1988, с. 117).

В рамках данной статьи мы ограничим анализ МФТ кинодискурса только рассмотрением локализации кинозаголовка, поскольку именно кинозаголовки являются основной функционально-прагматической единицей кинотекста, т.к. являются первой единицей семиотического пространства кинофильма, с которой знакомится автор, и играет ключевую роль в привлечении

к просмотру кинофильма потенциального зрителя (Анисимов, 2021, с. 127). Все вышеперечисленные характеристики кинозаголовка позволяют наиболее ярко проиллюстрировать сохранение, трансформацию и замену концепта (концептов), функционирующего в ИТ в процессе его локализации.

В ходе проведенного исследования нами были выявлены основные способы локализации кинозаголовка как МФТ кинодискурса с точки зрения сохранения или преобразования заложенных в исходных кинозаголовках французских кинофильмов концептов за период 2010-2023:

- дословный перевод кинозаголовка – сохранение исходного концепта;
- частичная трансформация кинозаголовка – сохранение исходного концепта;
- полная трансформация кинозаголовка – сохранение исходного концепта;
- дословный перевод кинозаголовка – частичная трансформация исходного концепта;
- частичная трансформация кинозаголовка – частичная трансформация исходного концепта;
- полная трансформация кинозаголовка – частичная трансформация исходного концепта;
- дословный перевод кинозаголовка – полная трансформация концепта;
- частичная трансформация кинозаголовка – полная трансформация исходного концепта;
- полная трансформация кинозаголовка – полная трансформация исходного концепта

Рассмотрим каждый из приведенных способов локализации кинозаголовков французских кинофильмов с учетом сохранения/трансформации заложенных в них концептов. Отметим, что в несмотря на то, что в качестве примера МФТ кинодискурса нами были выбраны кинозаголовки, обладающие определенной автономией от сюжета кинофильма (Горшкова, 2014), большинство приведенных примеров исходных и локализованных кинозаголовков были подвергнуты анализу с опорой на сюжет кинофильма, поскольку кинозаголовков

функционирует в едином семиотическом пространстве кинодискурса, а заложенный в нем концепт отражает основные жанровые или сюжетные составляющие кинопроизведения.

#### **Дословный перевод кинозаголовка – сохранение исходного концепта.**

Одним из наиболее распространённых способов локализации является отсутствие применения каких-либо переводческих трансформаций при локализации исходного кинозаголовка. Отметим, что при дословном переводе/локализации названия кинофильма, логично предположить, что переводчик старается сохранить исходный концепт, заложенный в названии. В локализации применение данной стратегии может быть обусловлено достаточной броскостью, аттрактивностью и информативностью исходного кинозаголовка для потенциального зрителя культуры-реципиента. В качестве примера, наиболее ярко иллюстрирующего вышесказанное положение, уместным будет привести локализацию заголовка кинофильма *L'esprit de famille* (2019). Локализованное для российского проката название «Дух семьи» полностью сохраняет заложенный в исходном кинозаголовке концепты (СЕМЬЯ, ДУХ/ПРИЗРАК). Подчеркнем, что в рассматриваемом кинофильме исходный кинозаголовок выполняет отсылку к сюжету кинофильма, в центре которого оказывается привидение – дух умершего отца главного героя. Французская лексема *esprit*, имеющее значения «дух», «сознание», а также «привидение», позволяет создать в названии языковую игру, которая также очень удачно сохраняется переводчиком при локализации кинозаголовка в российском прокате.

Аналогичное сохранение исходного концепта можно наблюдать в локализованных заголовках кинофильма *Un peu, beaucoup, aveuglement!* (2015) – «Мало, много, слепо» (концепты МНОЖЕСТВО, СЛЕПОТА) и мультфильма *Belle et Sébastien, l'aventure continue* (2015) – «Белль и Себастьян: Приключения продолжаются» (AVENTURE – ПРИКЛЮЧЕНИЕ).

#### **Частичная трансформация кинозаголовка – сохранение исходного концепта**

Менее частотным является способ локализации кинозаголовка путем частичной трансформации исходного названия с помощью различных переводческих трансформаций при сохранении

исходного концепта. Так, при локализации заголовка кинофильма *10 jours encore sans tatan* (здесь и далее – возможный дословный перевод автора – «Снова десять дней без мамы», 2023), применены трансформации «добавление» (появляется лексема, уточняющее место действия кинофильма – Куршевель) и «опущение» (опускается лексема *encore* – «еще»): «10 дней без мамы в Куршевеле». Локализованный кинозаголовок сохраняет апелляцию к исходным концептам СЕМЬЯ, ДОМ за счет употребления в обоих языковых вариантах лексемы *мама-tatan*, несмотря на применение различных переводческих трансформаций.

Сохранение исходного концепта, заложенного в оригинальном кинозаголовке, при частичной трансформации кинозаголовка также можно наблюдать в названиях французских кинофильмов *L'école buissonnière* (возможный дословный вариант перевода – «Прогул уроков», 2017) – «Как прогулять школу с пользой» (концепт ШКОЛА) и *Les gardiennes de la planète* («Стражи планеты», 2023) – «Киты: Стражи планеты» (концепт ЗАЩИТА).

#### **Полная трансформация кинозаголовка – сохранение исходного концепта.**

Достаточно частотными также являются случаи полной трансформации исходного кинозаголовка при сохранении заложенного в нем концепта. Так, заголовок французского кинофильма *L'Intervention* (дословный перевод – «Вмешательство/Начало боевых действий», 2019) претерпел полную трансформацию для российского проката: отечественный зритель увидел кинофильм под заголовком «Пятнадцать минут войны». В данном случае происходит замена лексем *intervention-война*, номинирующих основной концепт ВОЙНА. В случае с локализацией названия кинофильма *La ch'tite famille* (дословный перевод – «Семья шти», 2018), повествующего о талантливом, но заносчивом архитекторе, скрывающем свое происхождение с севера Франции (что в исходном кинозаголовке потенциальному зрителю подсказывает лексема *ch'tite*, происходящая от *ch'ti* – название диалекта севера страны), переводчик и иные лица, участвовавшие в локализации произведения, выбирают более броский, информативный и понятный для российского зрителя вариант «От семьи не убежишь». В приведенном примере мы также можем отметить

сохранение исходного концепта СЕМЬЯ за счет сохранения основной номинирующей лексемы *семья-famille*.

**Дословный перевод кинозаголовка – частичная трансформация исходного концепта**

При локализации кинозаголовка в ином лингвокультурном пространстве также существуют случаи частичной трансформации исходного концепта при сохранении оригинального названия при переводе. Например, в локализованном кинозаголовке французского кинофильма *100% Bio* («100% натуральный», 2020), с которым лента выходит в российский прокат – «Стопроцентная органика» – происходит частичная трансформация исходного концепта. Функционирующая во французском кинозаголовке лексема *bio* обозначает натуральный продукт, не содержащий удобрений и синтетических пестицидов (Lagousse, www), в то время как лексема *органика*, используемая переводчиком, в русском языке имеет основное значение «Органические удобрения» (Ожегов, Шведова 1996, с. 615). Таким образом, представляется возможным сделать вывод о потери основных семантических составляющих («натуральность», «натуральные продукты») в поле исходного концепта.

**Частичная трансформация кинозаголовка – частичная трансформация исходного концепта**

Исходный концепт также может подвергаться процессу трансформации в процессе частичной трансформации самого кинозаголовка при локализации МФТ кинодискурса в пространстве культуры-реципиента. Характерным примером подобной одновременной частичной трансформации названия и заложенного в нем исходного концепта может служить локализация заголовка кинофильма *Un prince (presque) charmant* («(Почти) прекрасный принц», 2013). В российский прокат кинолента выходит с заголовком «(Не)жданный принц», в котором теряется уточняющая номинация концепта ПРИНЦ (*charmant*-прекрасный) и приобретается иная номинация, первоначально не свойственная данному концепту (*(не)жданный* – ожидание). Отметим, что французское название кинофильма содержит в себе одно из основных средств эмотивности текста в современном французском языке – вольное использование знаков текстовой разметки (Нелюбова, Калининкова, Говорова, 2021, с. 70) – лексема *presque*

взята в скобки, что позволяет графически выделить ее, сместив необходимые акценты. Достаточно удачно при локализации кинозаголовка поступает и переводчик, сохраняя данный графический элемент.

В качестве дополнительного примера представляется возможным привести трансформацию концепта (ГЛУПОСТЬ) в названии французского кинофильма *Le dindon* («Дурак/Глупец», 2019), локализованного в российском прокате как «Игра в дурака». При помощи французской лексемы *dindon* человека можно охарактеризовать как тщеславного, глупого и легко поддающегося обману (Larousse, www), в то время как русская лексема «дурак» характеризует человека как глупого, и, соответственно, несообразительного и бестолкового (Ожегов, Шведова 1996, с. 27). Таким образом, при локализации кинозаголовка сохраняется только одна номинативная составляющая номинативного поля концепта ГЛУПОСТЬ (глупый – в значении *неумный*), в то время как две остальные составляющие, характерные для французской лингвокультуры (тщеславный, легко поддающийся обману человек) не подвергаются локализации.

#### **Полная трансформация кинозаголовка – частичная трансформация исходного концепта**

Частичная трансформация исходного концепта является более частотной в случае полной трансформации оригинального кинозаголовка при локализации МФТ кинодискурса. Проследить данное явление представляется возможным на примере локализации названия кинофильма *Aïlo: Une odyssée en Laponie* (дословный перевод – «Айло: одиссея в Лапландии», 2018), вышедшем в российский прокат под заголовком «Приключение олененка». Вследствие замены лексемы *odyssée-одиссея*, означающей во французской и русской лингвокультурах насыщенное событиями (приключениями, происшествиями) путешествие (Larousse, www; Ожегов, Шведова 1996, с. 631), на лексему *приключение*, остается только одна из составляющих номинативного поля концепта ПУТЕШЕСТВИЕ (лексема *приключение*), что ведет к частичной утрате исходного концепта. Отметим, что локализаторам удается сохранить связь с исходным названием, а ИТ и ЛТ находятся между собой в гипогиперонимических отношениях, где в качестве гипонима выступает

локализованный кинозаголовок «Приключение олененка», а роль гиперонима отводится исходному названию кинофильма «Aïlo: Une *odyssée en Laponie*».

Частичная трансформация концепта при полной замене названия также прослеживается на примере локализации кинофильма *La dégustation* («Дегустация», 2022) – «Вкус любви», где исходный концепт ВКУС обладает номинацией пробы, знакомства, тогда как локализованный концепт имеет уточняющую номинацию любви.

#### **Дословный перевод кинозаголовка – полная трансформация концепта.**

Наименьшее число вариантов локализации МФТ кинодискурса, в том числе кинозаголовка, осуществляется при помощи дословного перевода названия кинофильма при полной трансформации или замене исходного концепта. Характерным примером полной трансформации концепта является локализация заголовка кинофильма *La proie* (дословный перевод – «Жертва», 2011), локализованного в российском прокате как «Добыча». Исходный концепт ЖЕРТВА, репрезентирующий во французской лингвокультуре человека, над которым осуществляется некий вид насилия или господства (Larousse, www), трансформируется в концепт ДОБЫЧА, который имеет некоторую связь с исходным концептом, но не принадлежит к числу взаимозаменяемых. Отметим, что на наш взгляд, оба рассматриваемых концепта являются составными частями номинативного поля более крупного концепта ОХОТА, на чем также может быть основан выбор переводчиком подходящей лексемы для локализованного названия. Полную трансформацию исходного концепта можно также проследить на примере заголовка кинофильма *Maestro(s)* (2022), локализованного в российском прокате как «Маэстро». В данном случае наблюдается потеря концепта МНОЖЕСТВЕННОСТЬ, которая во французском кинозаголовке выражена при помощи окончания *-s*, означающего множественное число существительного. Учитывая, что в русском языке для лексемы *маэстро* отсутствует множественное число, переводчик не сможет избежать потери исходного концепта при осуществлении дословного перевода рассматриваемого кинозаголовка.

#### **Частичная трансформация кинозаголовка – полная трансформация исходного концепта.**

Достаточно частотными при локализации МФТ кинодискурса являются случаи частичной трансформации кинозаголовка и полной трансформации функционирующего в нем исходного концепта. Так, при локализации названия кинофильма *Rémi sans famille* (дословный перевод – «Реми без семьи», 2018), в российском прокате – «Приключение Реми», происходит замена исходного концепта СЕМЬЯ на концепт ПРИКЛЮЧЕНИЕ. В свою очередь, произведенная переводчиком трансформация кинозаголовка *Gainsbourg (Vie héroïque)* (дословный перевод – «Генсбур. Героическая жизнь», 2010), локализованный вариант которого для российского зрителя звучит как «Генсбур. Любовь хулигана», способствует замене исходного концепта ЖИЗНЬ на концепт ЛЮБОВЬ.

**Полная трансформация кинозаголовка – полная трансформация исходного концепта**

Наиболее частотным при локализации заголовков французских кинофильмов в российском прокате является способ полной трансформации кинозаголовка и полной трансформацией исходного концепта. Позволим себе привести ряд примеров, наиболее ярко иллюстрирующих данное положение.

Локализация заголовка кинофильма *Zodi & Tehu, frères du desert* (дословный перевод – «Зоди и Теу, братья пустыни», 2023), повествующем о дружбе мальчика и верблюда, в российском прокате как «Принц пустыни», повлекла за собой замену исходного концепта FRATERNITÉ, представляющего особую важность для французской лингвокультуры (Borgetto 1997), на концепт ПРИНЦ. В локализованном кинозаголовке фильма *Un bonheur n'arrive jamais seul* (дословный перевод – «Счастье не приходит одно», 2012) – «Любовь с препятствиями» исходный концепт СЧАСТЬЕ заменяется на концепт ЛЮБОВЬ. Заголовок кинофильма *La chance de ma vie* (дословный перевод – «Шанс (всей) моей жизни», 2010), локализуется переводчиком как «Любовь с риском для жизни», что влечет за собой трансформацию исходного концепта УДАЧА в концепт ЛЮБОВЬ, функционирующий в локализованном варианте кинозаголовка.

Рассмотренные способы локализации сгруппированы нами в таблицу:

<b>Способ локализации</b>	<b>ИТ</b>	<b>ЛТ</b>
Дословный перевод кинозаголовка – сохранение исходного концепта	Belle et Sébastien, l'aventure continue	Белль и Себастьян: Приключения продолжаются
	Un peu, beaucoup, aveuglément!	Мало, много, слепо
	L'esprit de famille	Дух семьи
Частичная трансформация кинозаголовка – сохранение исходного концепта	Donne-moi des ailes	Расправь крылья
	L'école buissonnière	Как прогулять школу с пользой
	10 jours encore sans maman	10 дней без мамы в Куршевеле
	Les gardiennes de la planète	Киты: Стражи планеты
Полная трансформация кинозаголовка – сохранение исходного концепта	L'Intervention	Пятнадцать минут войны
	La ch'tite famille	От семьи не убежишь
Дословный перевод кинозаголовка – частичная трансформация исходного концепта	100% Bio	Стопроцентная органика
	Délicieux	Восхитительно
Частичная трансформация кинозаголовка – частичная	Un prince (presque) charmant	(Не)жданный принц (2013)
	La famille Bélier	Голос семьи Белье

трансформация исходного концепта	L'homme parfait	Мистер Идеальность
	Le dindon	Игра в дурака
Полная трансформация кинозаголовка – частичная трансформация исходного концепта	Voleuses	Подельницы
	La dégustation	Вкус любви
	Aïlo: Une odyssée en Laponie	Приключения олenenка
Дословный перевод кинозаголовка – полная трансформация концепта	Maestro(s)	Маэстро
	La proie	Добыча
Частичная трансформация кинозаголовка – полная трансформация исходного концепта	Rémi sans famille	Приключения Реми
	Gainsbourg (Vie héroïque)	Генсбур. Любовь хулигана
	Incroyable mais vrai	Невероятно, но факт
	Une comédie romantique	Романтик
Полная трансформация кинозаголовка – полная трансформация исходного концепта	Zodi & Tehu, frères du desert	Принц пустыни
	L'incroyable histoire du facteur Cheval	Идеальный дворец Фердинанда Шеваля
	Un bonheur n'arrive jamais seul	Любовь с препятствиями

	Le tourbillon de la vie	Путешественница во времени
	La chance de ma vie	Любовь с риском для жизни
	Énorme	Хочу ребёнка

*Табл. 1. Способы локализации кинозаголовков и функционирующих в них лингвокультурных концептов*

Проведенный анализ позволяет сделать ряд выводов, основанных на возможности использования когнитивно-эвристической модели перевода и описании различных способов применения локализации в русскоязычном лингвокультурном пространстве кинозаголовков французских кинофильмов и функционирующих в них концептах.

Использование когнитивно-эвристической модели перевода (в интерпретации А.Г. Минченкова) позволяет игнорировать прагматическую составляющую переводимого текста, ориентируясь на целостность передачи мысли, что является достаточно важным для МФТ кинодискурса, изначально являющихся прагматически-ориентированными. Направленность когнитивно-эвристического перевода на выполнение функции по передаче культурно-информационного кода при помощи верной трансляции исходной концептуальной составляющей текста.

Сохранение исходных концептов позволяет привлечь к просмотру кинофильма в России ту же целевую аудиторию, которая придет в кинозалы во Франции, и на которую рассчитан сам кинофильм в силу своей жанровой и иных составляющих. Подобный подход позволит обеспечить кинофильму высокие сборы в российском прокате. Частичная потеря концепта при локализации кинозаголовка в ином лингвокультурном пространстве может привести в замешательство потенциального зрителя, в связи с чем он может отказаться от просмотра конкретного кинофильма или сделать ошибочный вывод о содержании кинопроизведения, впоследствии пожалев о просмотре. Все перечисленные факторы могут оказать существенное влияние на сборы кинофильма в прокате.

Применение различных трансформаций в процессе локализации МФТ кинодискурса, в т.ч. кинозаголовка, позволяет переводчику сохранить исходный концепт и адаптировать название кинофильма к требованиям представителей иного лингвокультурного пространства. Подобная адаптация может носить множественный характер: подбор более броской, аттрактивно-привлекательной и/или информативной для потенциального зрителя кинофильма в культуре-реципиенте лексемы или синтаксической конструкции, избегание табуированных тем и т.п.

Отметим, что наиболее частотными способами локализации кинозаголовков французских фильмов в российском прокате оказались дословный перевод названия при сохранении исходного концепта и полная трансформация кинозаголовка при полной трансформации/замене исходного концепта. Выбор первой из приведенных стратегий обусловлен возможностью сохранения ориентации кинофильма на ту же целевую аудиторию в иной культуре, а также сохранению возможных апелляционных связей между кинозаголовком и сюжетом кинофильма. В свою очередь, прибегая к полной трансформации кинозаголовка, переводчик и иные специалисты, участвующие в локализации кинозаголовка, стремятся к подбору более броского и/или информативного названия, что в большинстве случаев влечет за собой потерю исходного концепта. Подчеркнем, что полная трансформация/замена исходного концепта в локализованном названии кинофильма может сказаться на прагматическом потенциале кинозаголовка, направленном на привлечение к просмотру кинофильма как можно большего числа потенциальных зрителей, в связи с чем сборы кинофильма в прокате могут быть существенно ниже ожидаемых.

Наименее частотным оказался способ локализации кинозаголовка при помощи дословного перевода с полной трансформацией исходного концепта, что связано прежде всего с тем, что жанровая составляющая кинофильма, а также ориентация кинопроизведения на определенную целевую аудиторию (возрастную, социальную) включает в себе основной концепт, который, в подавляющем большинстве случаев будет соответствовать концепту с идентичным или схожим номинативным полем в ином лингвокультурном пространстве.

Полная трансформация исходного концепта при дословном переводе названия кинофильма в процессе локализации кинозаголовка, также, как и в ранее обозначенном способе, может повлечь за собой потерю кассовых сборов кинофильма в прокате, поскольку название не сможет привлечь к просмотру конкретную целевую аудиторию кинофильма, что также скажется на отзывах аудитории. Следовательно, прибегать к подобному приему в процессе локализации необходимо с осторожностью, когда выгода от заново подобранного локализаторами названия будет существенно выше возможных потерь.

### **Выводы**

Таким образом, позволим себе высказать мнение о том, что наиболее удачным в процессе локализации в ином лингвокультурном пространстве кинозаголовка фильма может быть признан вариант, полностью или частично сохраняющий концепт, содержащийся в исходном кинозаголовке. В данном случае локализованный кинозаголовок полностью или частично сохранит заложенный в исходном кинозаголовке прагматический потенциал и интертекстуальные связи, апеллирующие к жанровой составляющей, сюжету и важным для потенциального зрителя отсылкам, что позволит обеспечить высокую явку в кинотеатры необходимой целевой аудитории и, как следствие, существенно повысит кассовые сборы кинофильма.

Отметим, что при локализации малоформатных текстов кинодискурса перед локализаторами стоит важная задача: необходимо, с одной стороны, соотносить деятельность по локализации малоформатных текстов кинодискурса с нормами социума, и, с другой стороны, ориентироваться на необходимость при помощи локализованных малоформатных текстов способствовать продвижению кинофильма на экраны другой страны в рамках инокультурного пространства.

Подчеркнем, что в процессе локализации МФТ кинодискурса, в особенности кинозаголовка, может быть сознательно выбрана лексема или ряд (лексемы), объективирующая иной концепт. Связано это может быть с задачей привлечь иной целевой аудитории к просмотру кинофильма (например, наиболее многочисленной – молодежной аудитории) для повышения сборов кинофильма (в некоторых случаях даже в ущерб его рейтингам);

наличие ряда табуированных тем в культуре-реципиенте; попыткой подобрать более выгодный стилистический эквивалент, нацеленный на придание локализованному малоформатному тексту кинодискурса (кинозаголовку, синопсису, слогану, постеру кинофильма) большей броскости и аттрактивности.

Дискуссионным является вопрос о т.н. «ошибочной локализации». При локализации иноязычного кинотекста, переводчик стремится объективировать средствами языка перевода концептуальную структуру, которая возникает (или должна возникнуть под воздействием ЛТ) у потенциального зрителя и побуждает его к просмотру кинофильма. Однако, одной из важных особенностей малоформатных текстов кинодискурса, функционирующих на предпросмотровом этапе (кинозаголовки, синопсис, слоган, постер кинофильма), является их прагматическая составляющая, в соответствии с которой локализаторы учитывают маркетинговые и рекламные задачи МФТ кинодискурса. Вследствие ориентации преимущественно на аттрактивную и прагматическую функции МФТ кинодискурса, которые напрямую связаны с их основными задачами по привлечению в кинозалы как можно большего числа зрителей и обеспечению кинофильму успешных кассовых сборов, команда локализаторов может сознательно пойти на искажение исходного малоформатного текста, с целью увеличения его аттрактивного и прагматического потенциала.

#### Литература

1. Анисимов В.Е. Интертекстуальные параметры малоформатных текстов французского кинодискурса : специальность 10.02.05 "Романские языки" : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Анисимов Владислав Евгеньевич. – Москва, 2021. – 311 с.
2. Анисимов В.Е., Борисова А.С., Консон Г.Р. Лингвокультурная локализация кинозаголовков // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. – 2019. – Т. 23, № 2. – С. 435-459. – DOI 10.22363/2312-9182-2019-23-2-435-459.
3. Вежицкая А. Семантические универсалии и описание языка / А. Вежицкая. – М., 1999. – 293 с.

4. Горшкова В. Е. Название фильма как единица перевода и составляющая образа-смысла / В. Е. Горшкова // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. Пермь. – 2014. – Вып. 10. – С. 26-37.
5. Минченков А.Г. Когнитивно-эвристическая модель перевода: к постановке вопроса // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2007. – № 2-2. – С. 208-217.
6. Минченков А.Г. Когнитивно-эвристическая модель перевода (на материале английского языка) : специальность 10.02.04 "Германские языки" : диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук / Минченков Алексей Генриевич. – Санкт-Петербург, 2008. – 319 с.
7. Нелюбова Н. Ю., Калининкова Е.Д., Говорова Л.А. Особенности функционирования современного языка в интернет-пространстве (на материале французского и испанского языков) // Вопросы прикладной лингвистики. – 2021. – № 43. – С. 61-88. – DOI 10.25076/vpl.43.03.
8. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. - 3 изд., стер. - Москва: Азъ, 1996. - 907 с.
9. Сухарева Е.Е., Шурлина О.В. Локализация сайта как форма межкультурной коммуникации // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2013. – № 1. – С. 166-169.
10. Фонд Кино (Федеральный фонд социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии). Итоги кинопроката 2023 г. URL: <https://www.fond-kino.ru/news/itogi-kinoprokata-v-2023-godu/> (дата обращения: 02.05.2024)
11. Швейцер А.Д. Теория перевода: (Статус, проблемы, аспекты). – М., 1988. – 215 с.
12. Aitchison J. Words in the Mind: An Introduction to the Mental Lexicon / Oxford: Blackwell, 2003. – 246 p.
13. Borgetto M. La Devise «Liberté, Egalité, Fraternité» / M. Borgetto. P. : Presses universitaires de France, 1997. – 127 p.
14. Centre national du cinéma et de l'image animée. A 181 millions d'entrées, la fréquentation des salles en 2023 confirme sa forte dynamique. URL: <https://www.cnc.fr/professionnels/actualites/a->

- 181-millions-dentrees-la-frequentation-des-salles-en-2023-  
confirme-sa-forte-dynamique\_2096483 (access: 02.05.2024)
15. Chen D., Li T., Hou Y., Huang Y. Research on the Localization Strategy in the Remake of Film and TV Drama Taking the Japanese Remake of Journey to the West as an Example. *Communications in Humanities Research*, 2023. – Vol. 13. – P. 105-110. 10.54254/2753-7064/13/20230253
  16. Dictionnaire Larousse (en ligne). [Electronic resource]. Retrieved from: <https://www.larousse.fr/> (access: 02.05.2024)
  17. Katan D. *Translating Cultures: an Introduction for Translators, Interpreters, and Mediators* / Manchester: St Jerome, 2004. – 36 p.
  18. Malyuga E., Shvets A., Tikhomirov I. Computer-based analysis of business communication language // 2016 SAI Computing Conference (SAI). – IEEE, 2016. – P. 229-232.
  19. Sdobnikov V. V. Translation vs Localization: What's the Difference? / V. V. Sdobnikov // *Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences*. – 2018. – Vol. 11, No. 9. – P. 1487-1498. – DOI 10.17516/1997-1370-0317.
  20. Stella M., Citraro, S., Rossetti, G. et al. Cognitive modelling of concepts in the mental lexicon with multilayer networks: Insights, advancements, and future challenges. *Psychon Bull Rev.* – 2024. – Vol. 9 (24). – P. 423-473. <https://doi.org/10.3758/s13423-024-02473-9>
  21. Stille C.M, Bekolay T, Blouw P, Kröger B.J. (2020). Modeling the Mental Lexicon as Part of Long-Term and Working Memory and Simulating Lexical Access in a Naming Task Including Semantic and Phonological Cues. *Front Psychol.* – № 9 (11). – P.1594. doi: 10.3389/fpsyg.2020.01594. PMID: 32774315; PMCID: PMC7381331.
  22. Talmy L. *Toward a Cognitive Semantics. Typology and Process in Concept Structuring* / Cambridge, Massachusetts: The M.I.T.Press, 2001. – Vol.2. – P. 134-141.
  23. Ukanga L., & Yimini G. An Examination of Mental Concept and the Philosophical Problems Relating to: Thought, Emotions, Perceptions and Behavior, Sensation, Memory and Imagination, Personal Identity, Freewill and Determination Vis-à-Vis Gottfried Wilhelm von Leibniz Immaterial Substance Called “The Monads” // *International Journal of New Economics and Social Sciences*

- (IJONESS). – 2023. – № 17(1). – Pp. 179-192.  
<https://doi.org/10.5604/01.3001.0053.9701>.
24. Zock M. The mental lexicon: A blueprint for the dictionaries of tomorrow? / *Front Artif Intell.* – 2023. – № 25 (5). – Pp. 103-108.  
 doi: 10.3389/frai.2022.1027392.

#### References

- Anisimov, V.E. (2021). *Intertextual parameters of French film discourse small texts.* (PhD thesis, RUDN University, Moscow, Russia).
- Anissimov, V. E., Borissova, A. S., & Konson, G. R. (2019). Linguocultural Localization of Movie Titles. *Russian Journal of Linguistics*, 23(2), 435-459. doi: 10.22363/2312-9182-2019-23-2-435-459
- Wierzbicka, A. (1999). *Semantic universals and description of languages.* Translated from English by A. Shmelev. Moscow, Yazyki russkoi kul'tury.
- Gorshkova, V.E. (2014). Film title as a unit of translation and a unit of image-sense. *PNRPU Linguistics and Pedagogy Bulletin*, 10, 26-37.
- Malyuga, E., Shvets, A., & Tikhomirov, I. (2016, July). Computer-based analysis of business communication language. In *2016 SAI Computing Conference (SAI)* (pp. 229-232). IEEE.
- Minchenkov, A.G. (2007). Cognitive-heuristic model of translation: towards the formulation of the question. *Vestnik of Saint-Petersburg University. Language and Literature*, 2(II), 208-217.
- Minchenkov, A.G. (2008). *Cognitive-heuristic model of translation (based on the material of English).* (DSc thesis, Saint Petersburg University, Saint Petersburg, Russia).
- Nelyubova, N.Yu., Kalinnikova, E. D., & Govorova, L. A. (2021). The features of functioning of the modern language in the Internet space (based on the material of French and Spanish languages). *Issues of Applied Linguistics*, 43, 61-88. <https://doi.org/10.25076/vpl.43.03>
- Ozhegov, S.I., & Shvedova, N.Yu. (1996). *Explanatory dictionary of the Russian language.* 3rd ed., corr. Moscow: Az.
- Sukhareva, E.E., & Shuklina, O.V. (2013). Website localization as a form of intercultural communication. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and intercultural communication*, 1, 166-169.

- Russian Cinema Fund (Federal Fund for Social and Economic Support of Russian Cinematography). The results of the film distribution in 2023.* [Electronic resource]. Retrieved from: <https://www.fond-kino.ru/news/itogi-kinoprokata-v-2023-godu/> (accessed: 02.05.2024).
- Schweitzer, A.D. (1988). *Translation theory. Status, problems, aspects.* M., 1988.
- Aitchison, J. (2003). *Words in the Mind: An Introduction to the Mental Lexicon.* Oxford: Blackwell.
- Borgetto, M. (1997). *La Devise «Liberté, Égalité, Fraternité».* P.: Presses universitaires de France.
- Centre national du cinéma et de l'image animée. A 181 millions d'entrées, la fréquentation des salles en 2023 confirme sa forte dynamique [Electronic resource]. Retrieved from: [https://www.cnc.fr/professionnels/actualites/a-181-millions-dentrees-la-frequentation-des-salles-en-2023-confirme-sa-forte-dynamique\\_2096483](https://www.cnc.fr/professionnels/actualites/a-181-millions-dentrees-la-frequentation-des-salles-en-2023-confirme-sa-forte-dynamique_2096483) (accessed: 02.05.2024)
- Chen, D., Li, T., Hou, Y., & Huang, Y. (2023). Research on the Localization Strategy in the Remake of Film and TV Drama Taking the Japanese Remake of Journey to the West as an Example. *Communications in Humanities Research*, 13, 105-110. 10.54254/2753-7064/13/20230253.
- Dictionnaire Larousse (en ligne). [Electronic resource]. Retrieved from: <https://www.larousse.fr/> (access: 02.05.2024)
- Katan, D. (2004). *Translating Cultures: an Introduction for Translators, Interpreters, and Mediators.* Manchester: St Jerome.
- Sdobnikov, V.V. (2018). Translation vs localization: what's the difference? *Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences*, 11(9), 1487-1498. DOI: 10.17516/1997-1370-0317.
- Stella, M., Citraro, S., Rossetti, G. et al. (2024). Cognitive modelling of concepts in the mental lexicon with multilayer networks: Insights, advancements, and future challenges. *Psychon Bull Rev.* Vol. 9 (24), 423-473. <https://doi.org/10.3758/s13423-024-02473-9>
- Stille, C.M., Bekolay, T, Blouw, P, & Kröge, B.J. (2020). Modeling the Mental Lexicon as Part of Long-Term and Working Memory and Simulating Lexical Access in a Naming Task Including Semantic and Phonological Cues. *Front Psychol.*, 9 (11), 1594. doi:

10.3389/fpsyg.2020.01594. PMID: 32774315; PMCID: PMC7381331.

Talmy, L. (2001). *Toward a Cognitive Semantics. Typology and Process in Concept Structuring*. Vol.2. Pp. 134-141. Cambridge, Massachusetts: The M.I.T.Press, –

Ukanga, L., & Yimini, G. (2023). An Examination of Mental Concept and the Philosophical Problems Relating to: Thought, Emotions, Perceptions and Behavior, Sensation, Memory and Imagination, Personal Identity, Freewill and Determination Vis-à-Vis Gottfried Wilhelm von Leibniz Immaterial Substance Called “The Monads”. *International Journal of New Economics and Social Sciences (Ijones)*, 17(1), 179-192. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0053.9701>.

Zock, M. (2023). The mental lexicon: A blueprint for the dictionaries of tomorrow? *Front Artif Intell.*, 25 (5), 103-108. doi: 10.3389/frai.2022.1027392.

УДК 800:159.9

<https://doi.org/10.25076/vpl.54.02>

О. С. Зубкова

Курский государственный университет,

С. А. Логвина<sup>2</sup>

Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского

#### ЛИНГВО-КУЛЬТУРНАЯ ОБУСЛОВЛЕННОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭВФЕМИЗМА: ПРИКЛАДНОЙ АСПЕКТ

*В статье рассматриваются вопросы лингвокультурной специфики эвфемизма и эвфемии с точки зрения репрезентации языковых культурных универсалий в ментальном лексиконе носителя языка, социальной факторизации и целевого*

---

<sup>2</sup> © Зубкова О.С., Логвина С.А. 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>