

**В.Е. Горшкова**

Иркутский государственный лингвистический университет

## **НАЗВАНИЕ ФИЛЬМА КАК ЕДИНИЦА ПЕРЕВОДА И СОСТАВЛЯЮЩАЯ ОБРАЗА-СМЫСЛА<sup>1</sup>**

Название фильма представляется в междисциплинарном аспекте относительно автономной составляющей фильма как целого. Его анализ под углом зрения лингвистики, философии и переводоведения позволяет выявить доминантную роль образа-смысла фильма, определяющего как выбор собственно названия, так и его перевод.

Ключевые слова: *киноперевод, название фильма, единица перевода, образ-смысл.*

*Заглавие – это художественный образ произведения,  
его визитная карточка.  
В.С. Модестов*

Размышления о переводе, как правило, строятся на целом ряде дихотомий – буквальный/вольный перевод, форенизация/доместикация как стратегии перевода, верность оригиналу/верность реципиенту, прескриптивный/дескриптивный подходы и т.д. Все эти дихотомии в принципе вполне приложимы и к кинопереводу с поправкой на специфику «носителя» слова, не отделимого от «движущихся картин», на особенности процесса перевода, в значительной степени обусловленного избираемой техникой перевода (дублирование, «голос за кадром», субтитры), на роль нормативного аспекта перевода (допустимое в обыденной речи может представляться шокирующим в речи, звучащей с экрана) [1].

Особое место в ряду указанных дихотомий занимает перевод названия фильма, что обусловлено некоторой автономией последнего по отношению к фильму как целому. Почему мы говорим об автономии? Дело в том, что иногда название начинает свою жизнь задолго до выхода фильма на экран, будоража умы, вызывая определённые ассоциации, желание просмотра или абсолютное внутреннее отторжение у потенциального зрителя, что со всей очевидностью доказывает его важность и значение для дальнейшей судьбы фильма как в плане его принятия/неприятия публикой, так и в плане экономическом, возможных сборах или убытках, которые могут понести создатели

---

<sup>1</sup> Работа выполнена при поддержке гранта РГНФ № 14-04-00302.

фильма. Полагаем уместным привести в связи с этим слова знаменитого французского режиссёра Рене Клера: «Кино было создано для толпы, оно не могло существовать без неё. <...> Кино – это прежде всего промышленность. А между мозгом, который задумывает фильм, и экраном, который даёт отражение, лежит целая промышленная организация и её финансовые нужды» [2, с. 12, 151–152].

Собственно феномен названия фильма предполагает его рассмотрение с самых разных ракурсов – лингвистического, философского, переводческого.

Как показывает практика изучения вопроса, с лингвистической точки зрения наблюдается определённая общность подходов к анализу названия фильма и собственно заголовка текста. Учитывая выраженное функциональное сходство между ними в целях различения заглавия художественного произведения и наименований фильмов, в своё время было даже предложено относить их к разряду идеонимов, т.е. наименований объектов духовной культуры, и дополнить перечень существующих онимов введением в научный оборот термина «фильмоним» [3, с. 5–6]. Однако данный термин как-то «не прижился» ни в филологической, ни в переводческой практике.

Итак, исследуя заголовок текста, учёные-лингвисты рассматривают последний как подсистему текста, состоящую с ним в отношении части и целого и играющую роль медиатора между вертикальным контекстом (интертекстуальные связи) и реципиентом, воспринимающим текст, с его когнитивным багажом и эмоционально-ценностной сферой. Соответственно, формирование и функционирование заголовка основываются на ряде принципов – принципе ориентации на фоновое знание, прототипическом и иконическом принципах, принципах выделенности и экономии языковых средств. В качестве иллюстрации формирования заголовка как воплощения принципа экономии приводятся аллюзивные заголовки и эллипсис [4].

Некоторые исследователи противопоставляют термины «заголовок» и «заглавие» как частное, имеющее отношение к статьям в СМИ и научной периодике, и общее, представляемое художественными произведениями. По мнению О.Ю. Богдановой, именно заглавие позволяет создать представление о концепте произведения, поскольку «заглавие есть смысловой узел, замыкающий в себе последовательно переходящие друг в друга виды связи» [5, с. 14], каковыми являются центробежная связь, предполагающая определённую смысловую выраженность, и связь центростремительная, обеспечивающая окончательное раскрытие концепта произведения. Заглавие анализируется как важнейший семантико-композиционный элемент, диктемное имя художественного текста, отражающее авторский замысел и его семантическую многомерность. При этом понимание содержания заглавия представляется как

ретроспективное, раскрывающееся по ходу чтения и не совпадающее «на входе в текст и на выходе из текста» [Там же, с. 4].

Заголовок / заглавие относят к стилистически сильным позициям текста, несущим на себе максимальную коммуникативную нагрузку [6, с. 52], обладающим, среди прочего, мощным потенциалом «иносемиотических средств воздействия», к числу которых относятся: а) буквенная тактика – *ДоДУМАлись!*, б) полное или частичное выделение цветом, в) использование кавычек – *Оппозиция сыграла в «ящик»*, где под ящиком подразумевается ... телевизор [7, с. 217]. Разумеется, не следует забывать и о принципе «удобочитаемости», предполагающем избегать использования эксцентричного шрифта при оформлении заголовка.

Учитывая неразрывную связь текста и его заглавия, последнее выполняет целый ряд функций, как то: именующую (называющую), концептуально-содержательную и аттрактивную функции [5]. Так, анкетирование канадского исследователя М. Руа, проведённое среди 2600 учеников средних школ Квебека (Канада), показало, что заглавием книг и их оформлением обусловлен выбор книг для чтения у 37,6 % опрошенных, в то время как более 63 % также обращают внимание на краткое изложение содержания книги на обороте обложки [8, р. 49]. У. Эко имплицитно упоминает и рекламную функцию названия (сравните в связи с этим его знаменитую фразу из комментария к роману «Имя розы»: «Заглавие, к сожалению, – уже ключ к интерпретации» [9, с. 6].

По свидетельству А. Велевой-Борисовой, в приложении к кино название фильма также осуществляет функцию именования и идентификации, функцию антиципации, «предвкушения события», функцию привлечения внимания и побуждения к чтению, а также информативную функцию [10].

В дополнение к указанным функциям хотелось бы особо выделить тот факт, что фильмы и их названия могут использоваться и как некий оригинальный художественный приём, как было показано нами на примере анализа «Французского романа» Ф. Бегбедера [11]. Как известно, присутствующая в литературе образительность не даёт прямой наглядности изображений. «Обращаясь к видимой реальности, писатели в состоянии дать лишь её косвенное, опосредованное воспроизведение. <...> Писатели обращаются к нашему воображению, а не напрямую к зрительному восприятию» [12, с. 119]. Обращение же к означенному выше приёму, во-первых, позволяет автору восстановить хронотоп произведения, представляющего собой литературно-художественную автобиографию писателя, не требуя при этом точного воссоздания времени и места действия, поскольку эту роль выполняют названия фильмов, год выпуска и основных протагонистов которых можно найти в любом информационном источнике. Во-вторых, значительно облегчается вос-

приятие содержания романа благодаря имплицитному введению образной составляющей через отсылку к мнимой реальности «движущихся картин». Это экономит усилия читателя романа по воображению «книжной» реальности, нередко вычитываемой между строк, что сближает его со зрителем, следящим за развитием событий и сопереживающим происходящему на экране кино. Очевидно также, что подбор таких фильмов не случаен, каждый из них вносит свою лепту в создание литературного произведения как единого целого [11, с. 14–15].

Вспомним, однако, слова В.С. Модестова, вынесенные эпиграфом к нашей статье: «заглавие – это художественный образ произведения, его визитная карточка» [13, с. 129]. Столь категоричное утверждение, практически приравнивающее название (*часть*) к художественному образу (*целое*), во-первых, подтверждает высказанное в начале нашей статьи положение о возможности рассмотрения названия как некоторой автономной сущности, во-вторых, требует определённого переосмысления понятия образа в междисциплинарном аспекте, учитывая специфику предмета нашего исследования.

«Образ» и «образность» не случайно относят к числу «трудноопределяемых» категорий (см. модель ассоциативно-образного компонента смысла в терминах смысловых концептов по С.А. Алексееву [14]). Так, анализируя проблему образности в поликодовых текстах, к которым относится и кино, многие исследователи говорят о сложных взаимоотношениях между визуальным и вербальным. Визуальные образы в кино создаются с помощью монтажа, плана, ракурса, света. Звуковые образы также отличаются многоплановостью и включают шум (скрип, грохот, шелест, шум дождя и т.д.), слово, музыку, тишину. При этом, по мнению одних, соотношение означенных сущностей отвечает принципам полноты/фрагментарности и открытости/закрытости: «изображение вызывает фасцинацию, слово – апроприацию: изображение полно, это насыщенная система, слово же фрагментарно, это открытая система; когда они сочетаются вместе, то вторая служит для того, чтобы делать уклончивой первую» [15, с. 52]. По мнению других, слово в кино лишь «комментирует сюжет». (Сравните: [звуковой образ в кино] «сам по себе является воплощением сложного полифонического рисунка и при этом должен быть эстетически соотнесён с визуальным рядом фильма. Лишь в гармоническом сплетении с визуальным образ способствует раскрытию символично-метафорического надтекста кинематографического произведения, а не только «комментирует» сюжет» [16, с. 57]). Предлагается даже несколько моделей, предназначение которых в том, чтобы «скрасить зияющую пропасть» между словом и изображением [17]: 1) слово, поясняющее или объясняющее действие, 2) слово орнаментальное, 3) слово как контрапункт к изображению,

4) метафизическое и философское слово, 5) слово-реприза или слово-аттракцион, 6) слово-титр.

Однако все эти рассуждения оставляют в стороне название, по-видимому, рассматривая последнее как неотъемлемую составляющую фильма. В связи с этим, учитывая первостепенную важность наших переводоведческих интересов, следует прежде всего определиться с понятием образа, образа художественного, несмотря на то, что данная категория «никогда не являлась категорией теории перевода» [18, с. 351]. Оставим в стороне сопоставительный анализ данного понятия и категории переводческого эквивалента по Н.К. Гарбовскому в рамках рассмотрения перевода как деятельности, в основе которой лежит художественно-образная форма воспроизведения действительности. Обратим внимание на следующие положения исследователя: а) понятие образа «всегда предполагает некоторую субъективность воспроизведения, поэтому не может претендовать на равнозначность по отношению к замещаемому объекту», б) «переводчик не воспроизводит вторичную действительность, уже воспроизведенную автором оригинала, он воспроизводит систему смыслов, заключенную в оригинале, средствами иной семиотической системы <...> для иной культуры, для адресата, владеющего иным культурным кодом» [Там же, с. 352, 354].

Эти положения приобретают особую значимость в контексте кино как вида искусства, отличающегося, как было показано выше, множественностью использованных кинематографических кодов, количество которых, впрочем, несколько ограничено в приложении к переводу, учитывая факт сохранения образной основы фильма, выраженной языком кино и зафиксированной на плёнке, и осознанную необходимость «вторжения» переводчика только в звучащее или написанное слово, полный отрыв которого от означенной основы может привести к провалу фильма или его абсолютной смысловой дефигурации в иноязычной аудитории (вспомним в этой связи печально известные «гоблинские переводы»). Не забываем при этом, что, перефразируя слова Ж. Бодриера по отношению к СМИ, сама по себе коммуникация «не есть равный взаимообмен, поскольку в паре «передатчик – приемник» первая составляющая [в нашем случае фильм] имеет куда больший вес» (цит. по [19, с. 33]). В акте перевода таким приёмником в первую очередь с необходимостью становится переводчик. Соответственно, снова и снова возникает вопрос о приоритете той или иной образной составляющей в кино для зрителя – самого главного и важного реципиента «движущихся картин», в подавляющем числе случаев воспринимающего слово в кино исключительно при посредничестве переводчика.

Не забываем также о роли кино в формировании картины мира отдельного индивида и современного ему общества, поскольку, как отмечают иссле-

дователи, «нередко именно фильмы (независимо от художественных достоинств или недостатков) являются главным источником и одновременно средством создания *образа «чужой» культуры*» (выделено нами. – В.Г.) [20, с. 65].

Как видим, интересующее нас понятие отличается многогранностью и может рассматриваться и как образ художественный, и как образ культуры, и даже как образ границы в приложении к смыслу. (Сравните в связи с этим следующее высказывание Л.П. Киященко: «В месте присутствия выраженного смысла одна из необходимых, но, конечно, неисчерпывающих его характеристических граней, связана с восприятием его сразу и в целом, в котором *образ границы* не присутствует. Последнее обстоятельство, тем не менее, не мешает уточнению смысла при словесном его выражении» (выделено нами. – В.Г.) [21, с. 134]).

Полагаем, что одним из путей преодоления «пропасти» между визуальной и звуковой образными составляющими фильма может стать понятие образа-смысла, разработанное нами на основе концепции французского философа Ж. Делёза об образе-движении и образе-времени в кино [22]. Напомним, что образ-смысл понимается нами как понятие, охватывающее, как бы вбирающее в себя два означенных выше делёзовских образа, и создающее основу кинематографического образа путем совмещения вербального и визуального в фильме (см. технологию образов в кино в [23, с. 20]. В развитие этой идеи в терминах синергетического подхода с использованием понятий линейности / нелинейности, целого / целостности, фильм как кинотекст может рассматриваться как «целое, т.е. внешнее, состоящее из лингвистического (кинодиалог) и нелингвистического компонентов, сквозь призму которых в кинодискурсе формируется и извлекается образ-смысл». Соответственно, последний предстает как «целостное, т. е. внутреннее, познать которое можно только в контексте целого» [24, с. 6]. А свойственные образу-смыслу непрогнозируемость и неоднозначность устраняются благодаря наличию различных семиотических систем, представляющих собой, в том числе кинематографические, коды.

На наш взгляд, представить место названия фильма в создании образа-смысла позволяет нижеследующая схема, которая, во-первых, наглядно показывает, что может произойти, если слово в кино (собственно кинодиалог) по той или иной причине теряет связь с видеорядом, а во-вторых, помещает это название в самую сердцевину образа-смысла (заштрихованные обрести), полностью оправдывая предназначение последнего в качестве «смыслового узла», визитной карточки художественного произведения.

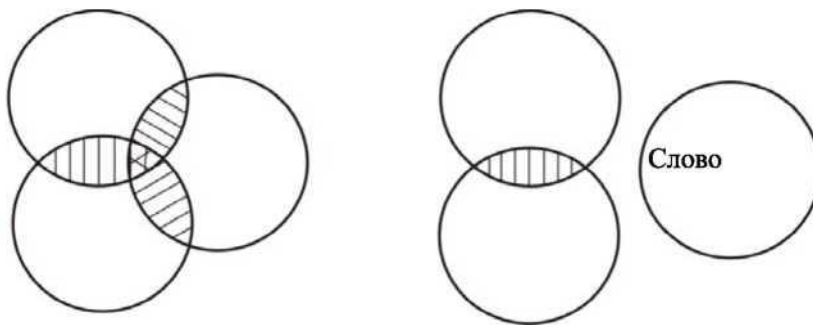


Рис. Роль и место названия фильма в создании образа-смысла

Приводимая схема со всей очевидностью доказывает специфику сущности названия фильма, которое при всей своей относительной автономии в силу возможности существования отдельно от фильма (например, на афишах, в поисковых программах, в энциклопедиях кино) представляет собой своего рода квинтэссенцию образа-смысла, что в значительной степени определяет как его важность для самого фильма, так и важность его адекватного перевода для инокультурной аудитории.

С точки зрения переводческой относительная автономия названия фильма позволяет рассматривать его в качестве единицы перевода. Не останавливаясь подробно на мнениях отдельных исследователей относительно сути и характера последней, не будем доходить и до крайностей основоположников культуроориентированного направления в переводоведении С. Баснетт и А. Лефевра, постулирующих существование операциональной единицы перевода, в качестве которой выступает культура: «neither the word, nor the text, but the culture becomes the operational ‘unit’ of translation» (цит. по [25, с. 115]). Полагаем, что наиболее близкими в контексте перевода названия фильма как составляющей и одновременно квинтэссенции образа-смысла могут быть положения французского переводоведа М. Балляра, рассматривающего единицу перевода как фундаментальное понятие для анализа и понимания, с необходимостью охватывающее весь процесс перевода и несущее в себе след действий переводчика [26, 27].

М. Балляр в целом разделяет нашу позицию [1] рассмотрения текста в качестве «высшей единицы перевода (воспринимаемой как целое), исходя из которой и в направлении которой осуществляется деятельность», в силу существования некоторых понятий, требующих установления и сохранения на уровне текста. К таковым автор относит жанр и тип текста, когерентность текста и смысл, делая при этом любопытную оговорку: «если еще можно осмеливаться говорить об этом понятии» [27, с. 123]. Важным представляется положение М. Балляра о том, что перевод представляет собой стратифицированный продукт, соответственно единица перевода как инструмент анализа

должна включать стратификацию. Это заключение объясняет существование «меньших» по сравнению с текстом единиц перевода, обусловленных контекстом. По нашему мнению, в приложении к кино в качестве таковых можно рассматривать и название фильма, с поправкой на вышесказанное и с учетом приведенных выше рассуждений.

Анализ перевода названий ряда фильмов в русле проведенного исследования ([www.cine.voila.fr](http://www.cine.voila.fr), [www.allocine.fr](http://www.allocine.fr), PLF [28], [www.kinopoisk.ru](http://www.kinopoisk.ru), [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)) позволяет составить следующую классификацию:

1. Перевод названий абсолютными эквивалентами с сохранением полноценного образа-смысла:

1.1. *Имя, являющееся центральным понятием названия и образа-смысла фильма:*

«Gladiateur» (США, 2000) – «Гладиатор»

«Ice Age» (США, 2002) – «L'Age de glace» (фр.) – «Ледниковый период»

«The Aviator» (США, 2004) – «L'Aviateur» (фр.) – «Авиатор»

«Avatar» (США, 2009) – «Аватар»

1.2. *Имя собственное – антропоним или топоним, вокруг которого формируется образ-смысл:*

«Shrek» (Великобритания/США, 2001) – «Шрек»

«Fanfan la Tulipe» (Франция, 2003) – «Фанфан-Тюльпан»

«Wall-E» (США, 2008) – «Валл-И»

«Bolt» (США, 2008) – «Вольт»

«Paris, je t'aime» (Франция, 2005) – «Париж, я тебя люблю»

«New-York, I love you» (США, 2009) – «Нью-Йорк, я тебя люблю»

2. Адекватный перевод названий фильмов на русский язык:

«Le Placard» (Франция, 2001) – «Хамелеон»

«Sueurs» (Франция, 2002) – «Пекло»

«L'Antidote» (Франция, 2005) – «Плюшевый синдром»

«Prête-moi ta main» (Франция, 2006) – «Как жениться и остаться холостым»

«Entre les murs» (Франция, 2008) – «Класс»

3. Неадекватный перевод названий фильмов на русский язык:

3.1. *Название не отражает жанровую принадлежность фильма и, соответственно, нарушает образ-смысл фильма:*

«Maléfique» (Франция, 2002) – «Книга теней»

«Ça brûle» (Франция, 2006) – «Жаркое лето»

«Enfin veuve» (Франция, 2007) – «Любить по-французски»



3.2. *Название фильма создает неверное представление о содержании фильма, создавая эффект обманутого ожидания и нарушая образ-смысл:*

«Absolument fabuleux» (Франция, 2001) – «Распутницы»

«Le temps qui reste» (Франция, 2005) – «Время прощания»

3.3. *Название фильма не отражает многогранности и сложности его содержания, сужая рамки образа-смысла:*

«Le peuple migrateur» (Франция, 2001) – «Птицы»

«Le boulet» (Франция, 2002) – «Полный привод»

«Jeux d'enfants» (Франция, 2003) – «Влюбись в меня, если осмелишься»

«Qui m'aime me suit» (Франция, 2006) – «Все за мной»

«Hors de prix» (Франция, 2006) – «Роковая красotka»

«Si j'étais toi» (Франция, 2007) – «Секрет»

«La Journée de la jupe» (Франция, 2008) – «Последний урок»

«MR 73» (Франция, 2008) – «Однажды в Марселе»

3.4. *Неадекватная адаптация названия в коммерческих целях с аллюзией на интертекстуальные связи с предыдущими фильмами, успешными в кассовом отношении, что не способствует созданию образа-смысла:*

«Tais-toi» (Франция 2003) – «Невезучие»

«La marche de l'empereur» (Франция 2004) – «Птицы-2: Путешествие на край света»

3.5. *Неадекватный перевод имен собственных, обедняющий глубину образа-смысла:*

«Vercingétorix» (Франция 2001) – «Друиды»

«San-Antonio» (Франция 2004) – «Профессионалы»

«Jacquou le Croquant» (Франция 2007) – «Месть бедняка»

Рамки статьи не позволяют нам представить подробный разбор перевода отдельных названий фильмов. Приведем лишь один пример: «Qui m'aime me suit» (Франция, 2006) – «Все за мной». Французское название фильма рассчитано на эрудицию зрителя и обширный когнитивный багаж переводчика. Эту фразу приписывают либо королю Франции Филиппу VI Валуа, либо Жанне д'Арк и традиционно переводят «Кто любит меня – за мной». Российскому реципиенту известно и стихотворение В.А. Солоухина, посвященное Орлеанской девице, начинающееся словами: *Звучал с непонятной силой / Лозунг ее простой: / За свободу Франции милой, / Кто любит меня – за мной!* Соответственно, предлагаемое в прокате название фильма «Все за мной» отлича-

ется тривиальностью, не отражает многогранности и сложности его содержания, сужая рамки образа-смысла.

Полагаем, что перевод названий фильма с учётом доминантной роли образа-смысла позволит избежать ошибок и неадекватных вариантов перевода, коими так часто грешат переводные фильмы.

### Список литературы

1. Горшкова В.Е. Перевод в кино: монография. – Иркутск: Изд-во ИГЛУ, 2008. – 276 с.
2. Клер Р. Кино вчера, кино сегодня. – М.: Прогресс, 1981. – 360 с.
3. Кныш Е.В. Лингвистический анализ наименований кинофильмов в русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Одесса, 1992. – 17 с.
4. Васильева Т.В. Когнитивные механизмы формирования и функционирования заголовка // Вестник МГУ. Сер.19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2006. – № 1. – С. 154–171.
5. Богданова О.Ю. Заглавие как семантико-композиционный элемент художественного текста (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2009. – 18 с.
6. Тураева З.Я. Лингвистика текста: учеб. пособие. – М.: Просвещение, 1986. – 126 с.
7. Орёл М.А. Перевод как канал культурного влияния // Вестник Московского университета. Сер.19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2007. – № 4. – С. 214–218.
8. Roy M. Du titre littéraire et de ses effets de lecture // Protée. – 2008. – Vol. 36. – № 3. – P. 47–56 [Электронный ресурс]. – URL: <http://id.erudit.org/iderudit/019633ar> (дата обращения: 04.04.2014).
9. Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / пер. с англ. и итал. С.Д. Серебряного. – СПб.: Symposium, 2005. – 502 с.
10. Veleva-Borissov A. La théorie interprétative de la traduction et les titres: thèse de doctorat. – Paris: ESIT, 1993. – 609 p.
11. Горшкова В.Е. «*Да будет имярек*»: «Французский роман» Фредерика Бегбедера как вызов переводчику // Вестник Московского университета. Сер. 22. Теория перевода. – 2012. – № 3. – С. 3–16.
12. Хализев В.Е. Теория литературы: учебник. – М.: Высшая школа, 2002. – 437 с.
13. Модестов В.С. Перевод названий // Художественный перевод: история, теория, практика. – М.: Изд-во Литерат. ин-та им. А.М. Горького, 2006. – 463 с.

14. Алексеев С.А. Передача структуры образов художественного текста в переводе (на материале англо-русских переводов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2009. – 26 с.
15. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / пер. с фр. С.Н. Зенкина. – М.: Изд-во Сабашниковых, 2004. – 512 с.
16. Агафонова Н.А. Общая теория кино и основы анализа фильма: монография. – Минск: Тесей, 2008. – 392 с.
17. Арабов Ю.Н. Кинематограф и теория восприятия: учеб пособие. – М.: Изд-во ВГИК, 2003. – 106 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://bookfi.org/book/769542> (дата обращения: 28.05.2012 г.).
18. Гарбовский Н.К. Теория перевода: учебник. – М.: Изд-во МГУ, 2004. – 544 с.
19. Кирия И.В. Телевидение и Интернет Франции на пути к информационному обществу. – М.: Изд-во МГУ, 2005. – 224 с.
20. Милевич И.Г. Стратегии перевода названий фильмов // Русский язык за рубежом. – 2007. – № 5. – С. 65–71.
21. Киященко Л.П. В поисках исчезающей предметности (очерки о синергетике языка). – М.: ИФРАН, 2000. – 199 с.
22. Делёз Ж. Кино I. Образ-движение. Кино II. Образ-время / пер. с фр. Б. Скуратова. – М.: Ад Маргинем, 2004. – 622 с.
23. Горшкова В.Е. Перевод кинодиалога в свете концепции Жюль Делёза // Вестник Московского университета. Сер. 22. Теория перевода. – 2010. – № 1. – С. 16–26.
24. Колодина Е.А. Взаимодействие семиотических систем при формировании смысла кинодиалога: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Иркутск, 2013. – 22 с.
25. Кокунова Ю.В. Актуальные проблемы художественного перевода (на материале работ западных ученых) // Актуальные вопросы переводоведения и практики перевода: сб. науч. ст. – Н.-Новгород: Изд-во Бюро переводов «Альба», 2013. – Вып. 3. – С. 113–120.
26. Ballard M. Unité de traduction revue et corrigée // Вестник ИГЛУ. Сер. Филология. – 2008. – № 4. – С. 17–22.
27. Балляр М. О пересмотре понятия единицы перевода / Пер. с фр. В.Е. Горшковой // Перевод в эпоху постмодерна. – Иркутск: Изд-во ИГЛУ, 2009. – С. 120–131.
28. PLF – Petit Larousse des films: Le guide du cinéma par genre, acteurs, réalisateurs, pays. – Paris: Larousse, 2006. – 863 p.

Получено 14.05.2014

**V.E. Gorshkova**

**FILM TITLE AS A UNIT OF TRANSLATION  
AND A UNIT OF IMAGE-SENSE**

The film title is a relatively autonomous block of a film as a coherent whole when viewed from the interdisciplinary angle. Its analysis from the point of view of linguistics, philosophy and translation studies helps to bring forth the dominant role of the image-sense of a film that determines both the choice of the title itself and its translation.

Keywords: *film translation, film title, unit of translation, image-sense.*