

А. Слепцова

АНАЛИЗ НАЗВАНИЙ ПЛАНЕТ СОЛНЕЧНОЙ СИСТЕМЫ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В китайской культуре и философии *небо* – опорная категория, выражающая понятия бога, природы, самого небосвода и структурного элемента космоса (Титоренко, 1994).

При анализе названий планет Солнечной системы в китайском языке прослеживается их связь с древнекитайской философской концепцией У-син (五行, wǔxíng). Согласно этой философии на Земле существует 5 первоэлементов: огонь, вода, металл, земля и дерево, благодаря которым появилось все, что есть во Вселенной (Лисевич, 1969). Эти 5 первоэлементов были соотнесены с 5 планетами по причине того, что в древние времена наука и техника были слабо развиты, и невооруженным глазом можно было увидеть только 5 планет Солнечной системы.

Планета	Название планеты на китайском языке	Дословный перевод	Первоэлемент, соответствующий планете	Соответствие стихий другим категориям китайской философии
Меркурий	水星 (shuǐxīng)	Водяная планета	水 – вода	Север, ночь
Венера	金星 (jīnxīng)	Металлическая планета	金 – металл	Запад, вечер
Марс	火星 (huǒxīng)	Огненная планета	火 – огонь	Юг, полдень
Юпитер	木星 (mùxīng)	Деревянная планета	木 – дерево	Восток, утро
Сатурн	土星 (tǔxīng)	Земляная планета	土 – земля	Юго-запад (Середина), вторая половина дня

Некоторые из этих планет имели и другие названия. Например, Венера – 太白 (tàibái) – ‘слишком светлая’. Это название связано с легендой о рождении поэта Ли Бая: его матери приснилось, что Венера попала ей в руки и подарила ей светлого ребенка (Сисаури, 2015). Ещё одно название 长庚星 (chánggēngxīng) – ‘вечерняя звезда’ дано Венере потому, что она появляется вечером после захода Солнца, что означает наступление ночи (Сенин, 1963).

В китайском языке Марс также произносится как 荧惑 (yíng huò): 1) сверкающий, мерцающий; 2) вводить в заблуждение, обманывать; 3) соответствует имени китайского бога огня – Инхо (Сенин, 1963).

Другое название Юпитера – 岁星 (*suìxīng*) – ‘годовая планета’ (Сенин, 1963). Это название связано с именем бога 太岁 (*tàisui*) – богом времени (Кун, 2016).

Таким образом, анализ названий планет Солнечной системы в китайском языке показал их тесную связь с ключевыми категориями философии Китая.

М. Стасенко

АНАЛИЗ СТРАТЕГИЙ ПЕРЕВОДА КИТАЙСКИХ ФИЛЬМОНИМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Неотъемлемой частью фильма является его название – *фильмоним*, который играет важную роль в привлечении зрителей, выполняя рекламную функцию (Воронцова, 2015). Вследствие чего важным представляется исследование стратегий и особенностей их перевода.

Согласно классификации стратегий перевода фильмонимов Воронцовой И. И., выделяют следующие стратегии: прямой перевод (транскрипция, транслитерация), трансформация (опущение, добавление, смысловая адаптация), полная или частичная замена, жанровая адаптация и возвращение к первоисточнику (Воронцова, 2015).

В качестве **материала** исследования выступили 100 китайских фильмов жанров «боевик», «комедия», «уся», в которых снялся Джеки Чан – культовая фигура в китайском кинематографе.

Исследование показало использование следующих стратегий перевода:

1) прямой перевод – 28 %, например, 埋伏 (1973г.) – ‘Засада’; 麒麟掌 (1973г.) – ‘Ладонь единорога’; A计划 (1983г.) – ‘Проект А’;

2) трансформация – 21 % (добавление – 3 %, опущение – 9 %, смысловая адаптация – 9 %), например, 秦香莲 (1964) ‘Цинь Сянлянь’ – «История Цинь Сянлянь» (Добавление); 刀不留人 (1971) ‘Клинок беспощаден к людям’ – «Беспощадный клинок» (Опущение); 龙腾虎跃 (1983) ‘Дракон взлетает, тигр прыгает’ – «Бесстрашная гиена 2» (Смысловая адаптация);

3) замена – 49 %, например, 侠女 (1971) ‘Рыцарша’ – «Прикосновение дзена»; 精武门 (1972) ‘Школа Цзиньфу’ – «Кулак ярости»; 花飞满城春 (1975) ‘Повсюду в городе цветы и весна’ – «Все в семье»;

4) жанровая адаптация – 2 %, например, 风雨双流星 (1976) ‘Ветер, дождь и пара метеоров’ – «Метеор-убийца»; 石破天惊 (1973) ‘Камни раскалываются и небеса содрожаются’ – «Пробуждающий удар».

Таким образом, результаты исследования показали, что в переводе китайских фильмонимов наиболее продуктивным является способ замены (49 %) вследствие того, что в условиях разницы культур и языковых картин мира носителей русского и китайского языков от переводчика требуется поиск наиболее приемлемых для русскоязычного зрителя эквивалентов. Жанровая адаптация использовалась лишь в 2 % случаев, однако данная стратегия неоднократно применялась одновременно с другими стратегиями с целью привлечения аудитории, заинтересованной в просмотре