

ОТЗЫВ

официального оппонента о диссертации Бочарниковой Натальи Викторовны «Перевод названий текстов массовой культуры как инструмент лингвистического маркетинга» (Волгоград - 2014), представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 - теория языка

В прикладной лингвистике уже довольно давно занимаются проблемами, возникающими на пересечении лингвистики с различными достаточно далекими от нее областями культуры и взаимодействия людей - такими как экономика, промышленность, менеджмент, маркетинг, политика, медицина, педагогика, где те или иные возможности и методы лингвистики используются для целей именно этих нелингвистических сфер.

Актуальность рецензируемой диссертации Н.В. Бочарниковой, в которой осуществляется комплексное лингвистическое исследование коммерчески обусловленных трансформаций названий текстов массовой культуры (печатных и кинематографических) при переводе, определяется слабой разработанностью относительно новой прикладной дисциплины - *лингвомаркетологии* (направления в языкознании, рассматривающего язык в качестве участника рыночных отношений, способствующего максимально успешной реализации товара).

Недостаточная разработанность дисциплины, о которой идет речь, нерешённость целого ряда принципиальных для нее проблем имеют, как представляется, вполне объективные причины:

- основными понятиями и терминами разрабатываемого раздела *лингвомаркетологии* являются не только относительно близкие лингвистике - *массовая культура* и ее *тексты*, *экспрессия художественного текста*, но и очень далекие от лингвистики феномены - *интерес потребителей*, *реализация* (чего-л.) *как товара*, *коммерческая детерминированность* (чего-л.), *«аксиология рынка развлечений»* и т.п.;

- собственно лингвистическая составляющая данного синтетического направления - комплекс идей, положений и методов аксиологической лингвистики, лингвокультурологии, теории перевода - еще практически разработаны для подобных прикладных целей.

Этим обуславливается и **научная новизна** диссертации Н.В. Бочарниковой (естественно, речь идет только о лингвистической научной качественности, проблемности, оригинальности - т.е. тех качествах, корректность которых может быть проверена способами, принятыми в лингвистике): впервые осуществлено комплексное (с позиций аксиологической лингвистики, межкультурной коммуникации, лингвокультурологии, концептологии, теории перевода) исследование трансформаций названий текстов

массовой культуры как инструмента лингвистического маркетинга на оригинальном и обширном **материале** - названия текстов массовой культуры (английские оригиналы и их русские переводы) разных жанров (всего 6190 единиц, в том числе 2930 названий печатных текстов, 3260 названий кинотекстов).

Теоретическая значимость исследования обусловлена, прежде всего, тем, что Н.В. Бочарниковой разрабатывается и апробируется оригинальная внешнелингвистическая модель анализа данного материала, которая позволяет получать нетривиальную информацию лингвистического и экстралингвистического характера из переводов названий текстов массовой культуры и дополняет наши знания о художественном тексте и особенностях его восприятия.

Я хотел бы также подчеркнуть теоретическую значимость собственно лингвистических (а не маркетологических) задач - изучение апелляций к концептосфере, ценностям адресата перевода как способа идентификации жанрово-адресатной характеристики текста (и классификация данных апелляций), выявление здесь противоречий жанровым пресуппозициям адресата перевода (а затем - и способов их устранения через посредство того же перевода).

К наиболее значительным результатам исследования можно отнести также следующие:

- выявлены и детально рассмотрены важнейшие функции лингвистически недетерминированных переводческих трансформаций названий: жанровая принадлежность, серийная интегрированность, экспрессивно-игровая насыщенность;

- при этом особенно интересно и научно значимо, с нашей точки зрения, исследование жанрово обусловленных переводческих трансформаций названий: Н.В. Бочарниковой проделана большая и полезная работа по выявлению и систематизации, с одной стороны, жанровой принадлежности произведений массовой литературы, с другой - наиболее соответствующих, по мнению автора, данным жанрам «ключевых слов», выделяемых через отнесение их к основным концептам и ценностям, которые стоят за читательским восприятием данных жанров в культуре-реципиенте (т.е. русской), например: жанр **мелодрамы** - «любовь», «страсть», «соблазн», «тайна», «волшебство», «счастье», «красота», «сладость», «мечта», «цветы», «музыка и танец», «нежность», «мужская власть», «надежда», «рай», «приключения», «дерзость / непокорность», «игра», «опасность», «охота / ловушка», «рок», «мечь»; **фантастика и фэнтези** - «волшебство», «битва», «гибель», «рыцарь», «меч», «неземное существование», «королевство», «властелин / хранитель», «тьма», «время», «бессмертие», «легенда», «тайна», «приключение», «последний», «ад / дьявол», «мечь / зло»;

- нельзя не отметить микроисследование, посвященное переводческим способам экспликации серийной интегрированности (показано, что англоязычный способ представления серийности не всегда связан с наличием числового компонента - в таком случае переводчик нередко добавляет номер серии, с одновременным устранением особенностей англоязычного способа демонстрации серийности, например определенного артикля);

- представляет несомненный интерес микроисследование, посвященное «*дезориентирующему переводу*» (создание ложного представления о жанровой или серийной принадлежности произведения, обычно с драматическим сюжетом, выходящим за рамки формульного развлекательного канона и тем самым снижающим товарную привлекательность произведения для массового потребителя);

- наконец, самой высокой оценки заслуживает собственно лингвистическое микроисследование, посвященное анализу конкретных лингвистических приемов (трансформированная цитация прецедентных текстов, оксюморон и антитеза), целью использования которых авторами перевода является достижение «первичной аттракции внимания потребителя». Следует отметить, что, анализируя данные лингвистические приемы, Н.В. Бочарникова обнаруживает хорошую лингвистическую подготовку, а список исследовательской литературы включает, пожалуй, все основные работы по данной проблематике.

Рассматриваемую работу следует признать ценной и в **практическом отношении**: результаты данного исследования должны найти применение в курсах и спецкурсах по теоретической и прикладной лингвистике, аксиологической лингвистике, переводоведению, межкультурной коммуникации.

Структура диссертации соответствует названию и цели работы. Диссертация состоит из двух глав, посвященных соответственно названию художественного текста и его переводу в условиях рынка развлечений и переводу названия как средству позиционирования текста и повышения его коммерческой аттрактивности.

Автореферат и опубликованные работы диссертанта (их 18) адекватно отражают содержание диссертации.

Замечания

1. На мой взгляд, диссертантом недостаточно осмыслена связь исследуемого явления - трансформаций названий художественных текстов, направленных на аттрактивность и коммерческую успешность, - с *манипуляцией*, а развиваемого направления лингвомаркетологии - с лингвистической теорией манипуляции (см. работы К.Ф. Седова, Е.Л. Доценко и др.): думается, что использование выработанных в данной теории положений помогло бы

Н.В. Бочарниковой точнее объяснить некоторые особенности своего материала, тем более что «дезориентирующий перевод» - одно из базовых понятий в работе - понимается автором как «*манипулятивное языковое посредничество*» (с. 154).

2. При исследовании трансформации текста при переводе, как представляется, диссертантом не всегда достаточно учитывается роль **невербальных компонентов коммуникации** (например, оформление обложки, выбор шрифта названия и т.д.: ср., подобно «дезориентирующему переводу», «дезориентирующее» же помещение на обложку какой-нибудь книги серьезной тематики персонажей диснеевских мультфильмов или аниме).

3. Поскольку рекламу данной продукции очень активно продвигают и в **Интернете**, думается, следовало бы учитывать некоторые особенности интернет-дискурса и интернет-языка, особенно их экспрессию (в т. ч. «орфоарт») и воздейственность, в частности, интернет-л***&/ны** и «**меметичность**» интернет-текстов.

4. В этой же связи: думается, больше внимания могло быть уделено экспрессивной роли некоторых новых разговорных стереотипов, отражающих значимые тенденции в обществе (связанные с изменившимися представлениями о нормах и приоритетах, таких как «индивидуализм», «прагматизм», межличностных отношениях и т.д.). Например, фильм Тони Гилроя, который в оригинале назывался «*Duplicity*» (букв. 'двуличность') (2009), в российском кинопрокате вышел под названием «*Ничего личного*»: возможно, «американизированный» призыв *Ничего личного* (калька с *Nothing personal (Just business)*), приписывается известному американскому гангстеру Аль Капоне и фильму Ф.Ф. Копполы «Крестный отец») сегодня воспринимается именно в этом ключе?

5. Не представляется удачным выделение концепта «статус» (в жанре молодежной комедии) (лексемы *король / королева, звезда, крутой, неудачник, лузер, штучка, стерва, крошка, цыпочки, мачо* в переводных названиях), наряду с концептами «любовь», «красота», «война» и т.д. (с. 117): во-первых, если «статус» и является концептом, то особым - шифтерным (и, подобно другим шифтерным концептам, таким как «размер», «стиль», «способность», у него отсутствует образный компонент); во-вторых, невозможно представить лексему *статус* в соответствующем переводном названии; в-третьих, непонятно, почему, например, *стерва* и *мачо* - это «статус».

Высказанные вопросы и замечания направлены на расширение круга обсуждаемых в диссертации проблем и не снижают общей высокой оценки, которую заслуживает рецензируемое диссертационное исследование.

Итак, обсуждаемая диссертация Н.В. Бочарниковой «Перевод названий текстов массовой культуры как инструмент лингвистического маркетинга» посвящена актуальной проблеме теории перевода, аксиологической лингвистики, лингвокультурологии, а тем самым - теории языка, отвечает требованиям научной новизны, теоретической и практической значимости и соответствует требованиям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней» (в редакции постановления Правительства РФ от 24.09.2013 г., № 842), предъявляемым к научно-квалификационным работам, претендующим на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 - теория языка.

**Доктор филологических наук
профессор кафедры теории, истории языка
и прикладной лингвистики
Саратовского государственного университета
им. Н.Г. Чернышевского
(410012, Саратов, Астраханская, 83, СГУ, Институт
Филологии и журналистики, (8452)-21-06-24,
dementevvv@yandex^u)**

**Подпись Дементьева Вадима Викторовича
удостоверяю:
ученый секретарь**



Дементьев Валим Викторович



И.В. Федусенко

27.05.2014