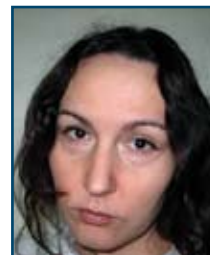


Инга Милевич

inging@mail.ru

ассистент кафедры славянского языкознания,
директор Центра русского языка для иностранцев
Даугавпилсского университета
Даугавпилс, Латвия



Стратегии перевода названий фильмов

*Психология художественного творчества
чрезвычайно трудно поддается расшифровке.
Но на свете нет искусства менее изученного
с этой точки зрения, чем искусство перевода...*

*Иногда очень трудно понять, почему был
призван к жизни тот или иной перевод.*

А. Тарковский

Художественный фильм — это не только культурный феномен, отражающий социокультурные приоритеты общества, но и способ формирования картины мира как отдельной личности, так и лингвокультурного общества в целом. Ведь нередко именно фильмы (независимо от художественных достоинств или недостатков) являются главным источником и одновременно средством создания образа «чужой» культуры. Яркий тому пример — американские кинофильмы, при помощи которых у нас создается картина американского образа жизни, особенностей межличностных отношений, системы ценностей и др.

В переводоведческих исследованиях признано, что трансформации в переводах обусловлены различными факторами: лексическими, стилистическими, функциональными, прагматическими. В последнее время трансформации исследуются с позиции особенностей когнитивных процессов, специфики картины мира, отраженной в художественном произведении. Название как одна из доминирующих позиций художественного произведения отражает общие

тенденции переводов и зачастую отличается различными заменами и изменениями, характеризующими как особенности разных языковых, стилистических, аксиологических систем, так и различия в когнитивных процессах, связанных со спецификой восприятия и передачи той или иной «чужой» реалии, (арте)факта, события. Например, **Тихий Дон** М. Шолохова переведен на английский как *The Don Flows Home to the Sea* (досл. *Дон течет к морю*), название романа В. Пелевина **Чапаев и Пустота** по-английски звучит как *The Clay Machine-Gun* (досл. *Глиняный пулемет*), а по-немецки — *Мизинец Будды*.

Обращение к анализу переводов названий фильмов продиктовано существующей на кинорынке ситуацией, связанной с качеством переводов. «Изучение каталогов фильмов, рассылаемых многочисленными фирмами, где даются английские названия и их перевод, приводит к неутешительным выводам», поэтому «необходим англо-русский справочник наиболее распространенных заглавий и названий, дающий лингвокультурную информацию» [6: 211].

Художественные фильмы в качестве составляющей картины мира только начинают становиться объектом исследования, в том числе сопоставительного характера. Латвийская лингвософера – благоприятная почва для сопоставительного анализа названий художественных фильмов, поскольку в Латвии хождение имеют произведения как на языке-источнике, так и переведенные на латышский и русский языки, причем русские переводы, сделанные в России и Латвии, нередко отличаются друг от друга на самых разных уровнях. Избранный в данном исследовании метод – сопоставительный с привлечением дискурсивного, компонентного и стилистического анализа. Материалом исследования послужили также российские и латвийские публицистические издания на русском и латышском языках (2000–2006 гг.).

Современному зрителю предоставляется огромное количество переведенного артефакта в разных формах (дублирование, субтитры, двойные субтитры). Количество переводимого киноматериала отражается на его качестве: переводы зарубежных фильмов являются хрестоматийным примером различного рода ошибок, неточностей, интерференции и проч. Например, «междометие «вау» стало общеизвестным и заметно потеснило в широком употреблении русские «ого», «ох» и т.п. Об этом говорит и то, что при дублировании зарубежной кинопродукции «wow» остается без синхронного перевода...» [2]. Следует заметить, что в последнее время ситуация меняется в лучшую сторону: герои американских боевиков в переводе все чаще выражают свои эмоции при помощи междометия «ух ты!».

Надо сказать, что в современных публицистических жанрах рецензии и обзора постоянно используется коммуникативный ход **вариант названия**. Например, *Николь Кидман, которая в нынешнем году в мюзиклах не снималась, но удивила всех невероятным перевоплощением в писательницу Вирджинию Вульф в драме «Времена» (иногда название фильма переводят как «Часы»)* (ЭН. 23.01.2003). Подобная ситуация уже стала привычной, о чем свидетель-

ствует тот факт, что оценки вариантов названий фильмов становятся частью рецензий. Например: *Странными названиями у нас уже никого не удивишь. Quo vadis могло бы переводиться дословно «Куда идешь» или привычно, по аналогии с литературным источником – «Камо грядеши». Но последний фильм польского киноклассика Ежи Кавалеровича выйдет в российский прокат под названием «Кво вадис» (L'Officiel. Русское издание. 05.2003)*. Стратегия переводчика, в основе которой находится намеренный отход от возможности перевода при помощи интернационального эквивалента, также отражается в рецензиях. *«Идентичность» (Identity), в рижском прокате – «Замкнутый круг», молодцы переводчики (Час. 05.07.2003)*. Кроме того, переведенное название, выполняющее важную функцию рекламы, может своеобразно реализовывать функцию экспрессивности и эмоциональности. Например, рецензия на фильм *Вас не догонят (Lost and Delirious): Не перестаешь удивляться находчивости российских видеомонстров, ухитряющихся так оригинально преподнести массовому зрителю фильм, приходящий из-за бугра. Ну скажите, кто клюнул бы на фильм с названием «Брошенные и безумные», рассказывающий о проблемах учениц закрытого колледжа, да еще без признанных звезд Голливуда? Правильно... Надо только название поменять на скандально-популярное. Предлагаю новое актуальное название «бессмысленной» «Филадельфии» – «Мальчик гей» (Суббота. 13.12.2002)*.

При массовом поступлении кинопродукции невозможно избежать разночтений, вариантов и других нарушений точности вторичной (переведенной) номинации артефакта и ее идентификации, что может стать причиной коммуникативной неудачи. Анализ показывает, что в двух и более вариантах переводов названий наблюдается целый ряд различий. Например, фонетические различия: *Али Макбилл* и *Элли Макбил*; *Уайнер* и *Вайнер*. Наиболее многочисленный тип – лексико-синонимические варианты, один из которых обычно представляет собой буквальный перевод. Например, *Usual*

Suspects – *Подозрительные лица, Обыкновенные подозреваемые*; **Waterboy** – *Водный подмастерье, Водонос, Маленький сынок*; **Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl** – *Пираты Карибского моря, Карибские пираты: Проклятие черной жемчужины, Пираты Карибов*; **Crazy Bus** – *Взбесившийся автобус, Сумасшедший автобус*; **28 Days Later** – *28 дней спустя, Через 28 дней*; **My Big Fat Greek Wedding** – *Моя большая греческая свадьба, Толстая греческая свадьба*; **The Real McCoy** – *Карен Маккой – это серьезно, Настоящий Маккой, Настоящая Маккой, Маккой что надо, Рил Маккой – это серьезно.*

Проблема, возникающая в результате существования нескольких названий одного фильма, – это «самостоятельность», право на жизнь каждого из вариантов перевода, сделанных на одном языке. Об этом выразительно пишет Д.А. Ольшанский: «На перевод не распространяются правила экономики, потому что на него не распространяются и права собственности. Текст не принадлежит никому, в том числе и языковой традиции, а поэтому прецедент еще не является правилом, а значит, принадлежит всем, кто того пожелает. Бесовские законы перевода позволяют совершать его по несколько раз, в этом случае однажды написанный текст может быть переведен сколь угодно много раз и каждый раз новый перевод будет отличаться от предшествующего» [8: 349]. Это крайне характерно для сегодняшней латвийской ситуации, в которой наблюдаются значительные различия переводов одного названия в русских публицистических изданиях Латвии и России. Например, **Moonlight Mile** – *Миля лунного света* (Россия), *Лунная миля* (Латвия); **Not Another Teen Movie** – *Недетское кино* (Россия), *Это не кино для подростков* (Латвия); **No Vacancy** – *Мест нет* (Россия), *Нет вакансий* (Латвия).

Хотя современные традиции перевода названий и складываются подчас случайно и стихийно, однако заметно доминирует тенденция прагматического перевода. «Коммуникативная способность владеющих языком включает, помимо языкового знания, умение интерпретировать языковое содер-

жание высказывания и выводить из него контекстуальный и имплицитный смысл» [4: 55]. Подобные умения необходимы переводчику фильмов, названия которых могут быть и ключевой фразой фильма, и метафорой, и интригующей «обманкой». Поэтому учет прагматики исходного названия предполагает использование различных стратегий адаптации, помогающих читателю (потенциальному зрителю) выводить наиболее адекватный содержанию фильма смысл, невозможный при буквальном переводе. Для этого типа перевода необходимо учитывать так называемое социально-культурное влияние. «Социально-культурное влияние переводчика нередко отражается и на полноте воспроизведения в переводе содержания оригинала, вынуждая переводчика сокращать или полностью опускать все, что в принимающей культуре считается недопустимым по идеологическим, моральным или эстетическим соображениям» [4: 69].

Одним из наиболее сложных типов перевода традиционно считается перевод насыщенных национально-культурными компонентами текстов, в том числе визуальных. Приведем примеры такого типа названий фильмов. Перевод с русского на латышский: **Сказ о Федоте стрелце** – *Legēnda par strēlnieku Fedotu* (досл. *Легенда о стрелце Федоте*); **ДМБ** – *Dembeļi* (досл. *Дембели*). Перевод с латышского на русский: **Emila nedarbi** (досл. *Шалости / Проказы / Озорство Эмиля*) – *Проделки Эмиля, Проказник Эмиль*; **Sirdsmiļā Monika** (досл. *Желанная / Любимая Моника*) – *Милая Моника, Душечка Моника*; **Likteņa lidumnieki** (досл. *Подсечники судьбы*) – *Судьбоносные подсечники, Вычеркнутые судьбой*.

В латвийской региональной прессе наблюдается наибольшее количество разночтений в переводах названия одного фильма. Именно здесь влияние дословного перевода и количество различных стилистических недочетов особенно велико. Например, название фильма **Dancing in the Dark** обычно передается как *Танцующая в темноте*, однако в даугавпилсской региональной газете «Сейчас» использовано «неуклюжее» название *Танцорша во тьме*. Анализ ори-

гинальных названий фильма и его переводов на русский и латышский языки в центральной и региональной прессе показывает, что в региональной прессе наблюдается интересный тип интерференции: не языка-источника, а языка-посредника. Приведем примеры. Название фильма **Pretty Woman** на русский язык традиционно переводится как *Красотка*, а на латышский – *Jaukā sievietē* (досл. *Приятная женщина*). Однако в даугавпилсской региональной русской газете «Миллион» в телепрограмме находим название *Приятная женщина*, возникшее под влиянием латышского варианта. Название русского сериала **Шатун** на латышский язык (за неимением точного эквивалента) переведено при помощи приема генерализации – *Lācis* (досл. *Медведь*), что стало причиной появления этого сериала под названием *Медведь*. Название фильма **Traffic** в русском прокате подается с помощью транслитерации *Трафик*, а в латышском как перевод *Satiksmē* (досл. *Движение*), в газете «Миллион» поэтому этот фильм получил название *Движение*. Название анимационного фильма **Ant Z** по-латышски звучит как *Skudra Z* (досл. *Муравей З*), а в телепрограмме «Нашей газеты» это название транслитерировано с латышского – *Скудра З*. Поэтому неудивительно, что фильм, который мы знаем как *Любимь по-русски*, в газете «Миллион» идентифицируется с трудом: *Любовь в русском стиле*.

Как видно, переводы названий фильмов представляют собой не только обширный материал для исследования типов эквивалентности, интерференции, речевых ошибок, но и интересный материал для выявления и сопоставления тенденций перевода с точки зрения переводческих стратегий адаптации. Стратегия адаптации «заключается в последовательном уподоблении друг другу языковых коммуникативных компетенций разноязычных специалистов и переводчиков, реализуемом через сопряжение их коммуникативных действительностей» [7: 323].

Сопоставительный анализ показывает, что при переводах названий наблюдаются адаптации, нередко различающиеся в русских и латышских переводах. Например,

название комедии **Shallow Hal** (досл. *Поверхностный Хэл*) на русский язык переведено как *Любовь зла*, а на латышский – *Smagi iemilējies* (досл. *Тяжело влюбленный*); фильм **In the Cut** (досл. *В разрезе*) в русском прокате известен как *Темная сторона страсти*, в латышском прокате – *Griezumā* (досл. *В разрезе*); фильм **Orange Country** (досл. *Оранжевое / Апельсиновое графство / страна*) – *Страна дураков*; а комедия **Bootmen** на латышский язык переведена как *Puisis ar tērauda zolēm* (досл. *Парень со стальными подошвами / набойками*), а на русский – *Каблуки*.

В целом, можно выделить следующие основные тенденции в переводе названий художественных фильмов.

С **эвфемизирующим переводом** мы знакомы как с характерным переводом прошлых лет. Классическими стали примеры **Some Like it Hot** – *В джазе только девушки*, хотя в последнее время наблюдается возвращение к почти дословному *Некоторые любят погорячее*; **Die Frau meiner Träume** – *Девушка моей мечты*, хотя более точным переводом является *Женщина моей мечты*. Однако и в современных названиях встречаются как эвфемизирующие названия-переводы, так и деэвфемизирующие (их, конечно же, больше). Например, **Meet the Fockers** – *Знакомство с Факерами* (телепрограмма); *Знакомство с Трахерами* (прокат), латышский перевод – *Iepazīsties, Fakeri* (досл. *Познакомься, Факеры*).

Среди тактик перевода все чаще встречается **жанровая адаптация**, при которой в переводе задействованы языковые единицы, соотносящие название фильма с определенным жанром, так сказать, эксплицирующие жанр. Например, **Gun Shy** – *Супершпион* (в субтитрах досл. – *Боязнь оружия*), и на латышском *Bailes no ieročiem* (досл. *Боязнь / Страх оружия*). Название французской мелодрамы **Petites Coupures** (досл. *Маленькие порезы / сокращения / купюры*) в русском прокате более «мелодраматично»: *Звуки страсти*. Подобно и мелодрама **Declare Horaire** (досл. *Объявление расписания*) русскому зрителю известна как *История любви*. Название детектива **City by the Sea** в

русском переводе адаптировано к жанру – *Последнее дело ЛаМарки*; а название фильма ужасов **She Creature** в русском переводе более соответствует «страшному» жанру: *Ужас из бездны*.

Перевод названия может сопровождаться **смысловой адаптацией (расширением)**, которая при помощи замены или добавления лексических элементов, ввода ключевых слов фильма расширяет (компенсирует) в названии смысловую или жанровую недостаточность дословного перевода. Название комедии о младшем сыне дьявола **Little Nicky** – переведено с добавлением лексического элемента *Никки, дьявол-младший*, в латышском переводе подобной компенсации не происходит – *Mazais Nikijs* (досл. *Маленький Никки*). Комедия с названием, в котором отражена лишь фамилия главного героя, – **Bowfinger**, на русский язык передана как *Клевый парень* или *Безумный Боуфингер*, подобно и на латышском *Dullais Boufingers* (досл. *Шальной Боуфингер*). Кроме того, такой перевод уже не позволит идентифицировать этот фильм, например, с детективом или биографической драмой.

Переводы названий экранизаций – особый объект анализа, поскольку в этом случае следует проследить адекватность нескольких названий (источник – оригинальное название фильма – переведенное название и трансформации, возникающие в результате того или иного варианта перевода). Перевод – **возвращение к первоисточнику** используется тогда, когда название экранизации не соответствует названию литературного произведения, которое стало источником сюжета, даже если экранизация далека от экранизируемого произведения (что в рецензиях обычно называется вольной интерпретацией на тему). Например, **Sleep Hallow** – *Сонная лоштина*; русские субтитры и латышский перевод предлагают возвращение к наиболее известному варианту названия литературного произведения М. Рида: *Легенда о всаднике без головы*, *Legenda par jātnieki bez galvas* (досл. *Легенда о всаднике без головы*); **Uncovered** – *Фламандская доска* (экранизация романа П. Реверте); **Brem**

Stocker's Dracula – по-русски в традиционной для экранизаций конструкции *Дракула* (по роману Б. Стокера). Самым важным в этом типе переводов является степень прецедентности – наиболее известные, закрепленные в фоновых знаниях прецедентные имена и высказывания обычно передаются своей наиболее привычной («закрепленной») формой. Например: **Girl with a Pearl Earring** – *Девушка с жемчужной сережкой*, *Meitene ar pērļu auskaru* (досл. *Девушка с жемчужной сережкой*); **Phantom of Opera** – *Призрак оперы*, *Operas sproks* (досл. *Призрак оперы*). Название последней экранизации романа С. Моэма «Театр» в оригинале **Being Julia** на русский часто переводится как *Театр*. Такому возвращению к первоисточнику во многом способствовал факт существования экранизации романа, созданной в 1970-е гг. латышскими кинематографистами (реж. Я. Стенч), ставшей хорошо известной по всему Союзу и занявшей определенное место в общих культурных знаниях о мире.

Имена собственные (онимы) в своей семантике сохраняют культурологически ценную информацию, обладают различными эмоциональными, эстетическими и оценочными коннотациями. «Онтологическая сущность значения вообще выражается, как известно, в ее кумулятивном характере. А эти словесные знаки (онимы) являются носителем глубокой информации культурно-исторического, национально-этнического, географического содержания» [1: 68]. Подобные онимы с выраженным культурно-историческим, национально-этническим компонентом можно считать прецедентными именами, поскольку они принадлежат национальному культурному пространству, эти прецедентные феномены «хорошо известны всем представителям национально-лингво-культурного сообщества, актуальны в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане, обращение (апелляция) к ним постоянно возобновляется в речи представителей того или иного национально-лингво-культурного сообщества» [5: 51]. Названия художественных фильмов нередко содержат именно такие прецедентные имена, и переводы этих названий также основаны на определенных

стратегиях. Например, номинация с внутренней формой **Batman**, которая традиционно переводится как *Бэтмен*, *Betmens*, не могла бы быть удачной при дословном переводе *Человек – летучая мышь*, поскольку создала бы родовое несоответствие, а также вызвала бы ненужные ассоциации с *Летучей мышью* И. Кальмана и одноименной российской экранизацией. Кроме того, название-перевод *Бэтмен*, *Betmens* находится в одном парадигматическом ряду с номинациями типа *Супермен*, *Спайдермен* и под. При этом персонажи фильма (многочисленные враги Бэтмена) переведены с использованием различных приемов: *Женщина-кошка*, *Человек-пингвин*, *Харви Двудличный*, *Ядовитый Плющ*, но *Джокер*, *Э(двард) Нигма*, *мистер Фриз*.

Рассмотрим основные стратегии, связанные с переводом названий фильмов, включающих имя собственное. Одинокое личное имя главного героя художественного фильма чаще всего передается без изменений, например, *Oscar – Оскар*, *Oskars*; *Constsantine – Константин*, *Konstantons*. Варианты названия обусловлены фонетико-стилистическими причинами. Например, название римейка фильма, созданного по одноименной пьесе **Alfie** – *Альфи*, *Эльфи*, *Красавчик Альфи*, *Alfijs*, *Elfijs*. Сложность представляют национальная специфика и традиции именовании, например, переводы русских отчеств или уменьшительно-ласкательных форм личных имен. Так, при передаче английского **Junior** (ставшего названием комедии), в котором контаминируются значения онима и соответствующего апеллиатива, в русском переводе сохранено «значение» онима – *Джуниор*, в латышском появляется апеллиатив – *Juniors*. В латышском языке есть слово *juniors*, означающее: 1) соединение с фамилией младшего в противопоставлении со старшим в семье; 2) юниор, участник спортивных соревнований в одной из юношеских возрастных групп.

Прием расширения используется в случае, если имя в названии обладает ярким национально-культурным компонентом. Возьмем, к примеру, название киноленты, в основе которой лежит мультипликационный

фильм, хорошо известный американскому зрителю, – **The Grinch**. В русском фонде фонетических знаний такой персонаж отсутствует, поэтому в русском переводе этот пробел восполняется контекстуальным расширением: *Гринч – похититель Рождества*. Ср. перевод популярного анимационного фильма **Shrek** – *Шрек*, *Šreks*, при котором не возникла потребность поддержки контекстом, поскольку имя-название обозначает новый персонаж и для переводной, и для исходной массовой культуры. Название **Finding Neverland**, содержащее наименование фантастической страны, на русский переведено как *Волшебная страна*, существует и менее удачный почти дословный вариант: *В поисках Нетландии*. Пример другого рода: **Boogeyman** – на русский язык переведен как *Бугимен*. В латышском найден удачный эквивалент как семантически, так и фонетически – *Bubulis*, в отличие от попытки найти соответствие в русском языке в региональной русскоязычной прессе – *Страшила*.

Так же как и в других типах переводов, в русском и латышском переведенном названии фильма с онимом наблюдаются различные тенденции. В латышском переводе адаптация чаще жанровая, например: **The Born's Identity** – *Идентификация Борна*, *Borna mīklainā personība* (досл. *Загадочная личность Борна*); в русском – адаптация сюжетная, например: **Life with Micky** – *Срочно требуется звезда*, *Dzīve ar Mikiju* (досл. *Жизнь с Микки*). Имя **Tootsie**, ставшее прецедентным в американской (и не только) лингвостере, известно в русской с тем же комплексом добавочных смыслов – *Тутси*, но в латышском это вряд ли возможно, поэтому название переведено как *Sirdspuķīte* (традиционная ласкательная номинация: *sirds* – ‘сердце’, *puķīte* – ‘цветочек’). Наиболее характерным примером является перевод названия фильма, ставшего прецедентным далеко за пределами англоговорящего мира, – **King Kong**, которое на русский язык переведено как *Кинг Конг*. В латышских телепрограммах несколько лет назад бытовало название и вместе с ним прецедентное имя *Kings Kongs*, название же

последнего римейка (2005 г.) изменилось – *Karalis Kongs* (досл. *Король Конг*).

Наиболее непереводаемый тип номинаций – названия, содержащие игру слов, когда потери при переводе практически неизбежны. Например, *Avenging Angelo* – *Месть ангела*, *Atrieb jot Anželo* (досл. *Отомстив Анжело*). Индивидуально решается и проблема с внутренней формой: именно в переводах этого типа названий наибольшее количество разночтений. Название фильма *Jonny English* передано по-разному: при помощи транскрипции, транслитерации и добавления семантизирующего элемента – *Джонни Инглиш*, *Агент Джонни Инглиш*; *Džonņijs Anglis* (досл. *Джонни Англичанин*). Название комедии *Mrs Doubtfire* (*doubt* – ‘сомнение’, *fire* – ‘огонь, пыл’) – *Миссис Даутфайр*, *Mūžīgā aukle* (досл. *Вечная няня*). Название черной комедии *The Royal Tenenbaum* содержит контаминацию *Royal* – имя главного героя и значение ‘*королевский, великодушный*’; переводы названия этого фильма

различаются в зависимости от выбранного акцента – *Семейка Тененбаум*, *Могучая семейка Таненбаум* (ср. *Семейка Адамс*); *Varenā Tanenbaumi ģimene* (досл. *Могучая семья Таненбаумов*).

Таким образом, анализ названий фильмов, переведенных на русский и латышский языки, показал довольно пеструю картину, тем не менее, можно выявить некоторые закономерности и тенденции. Материал последнего времени свидетельствует о стремлении находить названию фильма не лексический, а прагматический эквивалент. Кроме того, анализ показывает, что переводы названий следуют определенным стратегиям адаптации (жанровая, смысловая, возвращение к первоисточнику). Перевод названий художественных фильмов, содержащих имя собственное, также представляет разнообразные тактики перевода, ориентированные на прагматическую и национально-культурную наполненность имени в языке-источнике, по-разному решаемые в русском и латышском языках.

Литература

1. Бижкенова А.Е. Ономастическая оценка в языковой картине мира // Хабаршы вестник. Филология сериясы. Алматы, 2005. № 2 (84).
2. Васильев А.Д. Слово в телеэфире: Очерки новейшего словоупотребления в российском телевидении. <http://arctogaia.krasu.ru/laboratory/vasiljev/essays.shtm>
3. Дубин Б. Интеллектуальные группы и символические формы: Очерки социологии современной культуры. М., 2004.
4. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. М., 2000.
5. Красных В.В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? Человек. Сознание. Коммуникация. М., 1998.
6. Кулинич М.А. Еще раз о переводе названий // Лингвистические основы межкультурной коммуникации. Нижний Новгород, 2005.
7. Мезенцева Т.Д. Терминологическая адаптация в переводе // Языки профессиональной коммуникации. Челябинск, 2003.
8. Ольшевский Д.А. Pour aborder la question du (transfert / traduction) // Языки профессиональной коммуникации. Челябинск, 2003.

НОВОСТИ

НОВОСТИ

НОВОСТИ

НОВОСТИ

Группа ученых из Израиля опубликовала данные исследования, свидетельствующие о том, что знание грамматики русского языка способствует более успешному освоению остальных учебных дисциплин. По наблюдениям специалистов, умение читать по-русски повышает качество освоения навыков чтения на иностранных языках. Ученые связывают это наблюдение с определенной лингвистической сложностью русского языка в сравнении с некоторыми другими языками мира.

По материалам ИА «Взгляд-инфо», www.vzsar.ru