

УДК 81`25

**Перевод названий англоязычных художественных фильмов
на русский язык**

Астанкова Мария Сергеевна

студент Могилевского государственного университета
имени А. А. Кулешова
(г. Могилев, Беларусь)
astankovams26@gmail.com

Ключевые слова: перевод, заголовок фильма, адекватный перевод, стратегии перевода.

Keywords: translation, film title, adequate translation, translation strategies.

Аннотация. В статье рассматриваются основные стратегии перевода названий англоязычных фильмов. Рассмотрены такие стратегии, как транскреация, жанровая адаптация, перевод с использованием эвфемизмов, дезэвфемизация, возвращение к первоисточнику, лексические трансформации (транскрибирование, транслитерация, калькирование, добавления, опущения) и грамматические трансформации.

Abstract. The article contains the information about the main strategies of translating the titles of English-language films. Such strategies as transcreation, genre adaptation, translation using euphemisms, dysphemism, returning to the original source, lexical transformations (transcription, transliteration, tracing, additions, omissions) and grammatical transformations are considered.

На сегодняшний день роль кинематографа в жизни общества сложно переоценить, что обуславливает интерес к нему ученых разных областей, в том числе лингвистов, так как кинодискурс является реальной сферой функционирования языковой системы [3, с. 82].

Американская киноиндустрия является не только самой крупной в мире по количеству выпускаемых фильмов и суммам кассовых сборов, но и оказывает определяющее влияние на содержание и технологии мирового кинематографа, на экономические и культурные аспекты кинопроцесса. Американские фильмы очень популярны в нашей стране, что вызывает необходимость качественного перевода на русский язык.

Одной из важнейших составляющих любого кинопродукта является его название, т.е. первое, с чем сталкивается человек при знакомстве с фильмом. Название фильма становится культурной меткой [1, с. 38], в связи с чем создатели кинопродукта выбирают такую его форму, которая бы соответствовала прагматическим целям названия. Перевод заголовка

считается самостоятельной переводческой проблемой, от решения которой во многом зависит судьба кинопродукта в целом.

Перевод – творческий процесс перекодирования информации с одного языка на другой. Он всегда ориентирован на определенную аудиторию. А это значит, что переводчик обязан учитывать основные принципы перевода. Ему необходимо точно понимать содержание переводимого текста и намерение автора данного текста. Переводчик должен в полной мере владеть как исходным языком, так и переводящим, избегать дословного перевода, но и не привносить что-то свое.

Однако переводчику не следует забывать, об адекватности его перевода. Под адекватностью перевода мы понимаем «хороший» перевод, обеспечивающий необходимую полноту межкультурной коммуникации в конкретных условиях. По степени адекватности различают три типа переводов:

1) семантико-стилистически адекватный – семантически полный и точный; стилистически эквивалентный оригиналу перевод, соответствующий функционально-стилистическим нормам языка перевода [4, с. 225]. Этот тип перевода характерен для тех заголовков, в которых отсутствуют непередаваемые культурно-специфические компоненты и нет конфликта содержания и формы: “The Shawshank Redemption” – «Побег из Шоушенка», “Scream 4” – «Крик 4», “Mr. & Mrs. Smith” – «Мистер и Миссис Смит», “Inception” – «Начало»;

2) функционально (прагматически) адекватный – перевод, правильно передающий основную коммуникативную функцию оригинала [4, с. 226]: “Just go with It” – «Притворись моей женой» (Просто согласись на это), “Did you hear about the Morgans?” – «Супруги Морган в бегах» (А вы слышали о Морганах?), “Labor Pains” – «Временно Беременна» (Родовые боли), “He's just not that into you” – «Обещать – не значит жениться» (Он не так уж в тебя влюблен);

3) дезигнативно адекватный перевод – перевод, полно и правильно отвечающий на информационный запрос потребителя, но не обязательно передающий полное смысловое содержание и ведущую коммуникативную функцию оригинала [4, с. 225]: “Factory Girl” – «Я соблазнила Энди Уорхола» (Фабричная девушка), “Cash” – «Отпетые мошенники» (Наличные), “High Life” – «Все или ничего» (Роскошная жизнь), “Trapped” – «24 часа» (Пойманные в ловушку).

Учитывая названные типы переводов можно выделить основные стратегии, применяемые переводчиками:

1) транскреация – это термин, используемый рекламными и маркетинговыми профессионалами для обозначения процесса адаптации сообщения с одного языка на другой, сохраняя его смысл, стиль, тон и контекст [2, с. 194]. Транскреативное сообщение должно вызывать те же

эмоции и приводить к тем же последствиям, как на языке оригинала: “Sully” – «Чудо на Гудзоне»;

2) жанровая адаптация. При переводе с помощью этого приема используются языковые единицы, которые «привязывают» заголовок фильма к конкретному жанру, т.е. эксплицируют его [1, с. 39]: “The Car” – «Автомобиль-убийца»;

3) перевод с использованием эвфемизмов. Эвфемизм – нейтральное по смыслу и эмоциональной нагрузке слово или описательное выражение, обычно используемое в текстах и публичных высказываниях для замены других, считающихся неприличными или неуместными, слов и выражений [1, с. 40]: “Some like it hot” – «В джазе только девушки»;

4) деэвфемизация – процесс, обратный эвфемизации: “Meet the Fockers” – «Знакомство с Факерами»;

5) возвращение к первоисточнику. В некоторых случаях при переводе применяют метод возвращения к первоисточнику [1, с. 39]. Например, фильм “Limitless”, что в переводе с английского значит «Безграничный». Заголовок этого фильма в нашем прокате перевели как «Области тьмы». На первый взгляд, не ясно, по какой причине переводчики выбрали именно такой вариант, ведь оригинальное название адекватно содержанию. Но перевод отечественных кинопрокатчиков связан с возвращением к первоисточнику – названию книги Алана Глинна “The Dark Fields” («Области Тьмы») (по которой и был снят данный фильм). Это помогло кинопрокатчикам расширить потенциальную аудиторию, включив в нее тех людей, которые знакомы с творчеством Глинна;

б) лексические трансформации – это отклонение при переводе от словарных соответствий, которое заключается в замене отдельных лексических единиц исходного языка на лексические единицы переводного языка, не являющиеся их эквивалентами [2, с. 194]:

а) транскрибирование – переводческий прием, основанный на фонетическом принципе, т.е., например, на передаче русскими буквами звуков иноязычного (иностранный) наименования: “Deadpool” – «Дедпул»;

б) транслитерация – переводческий прием, основанный на передаче графического образа иностранного слова, т.е. на передаче букв при помощи русского алфавита: “Interstellar” – «Интерстеллар»;

в) калькирование – это воспроизведение не звукового, а комбинаторного состава слова или словосочетания, когда составные части слова (морфемы) или фразы (лексемы) переводятся соответствующими элементами переводящего языка: “Awkward Moment” – «Этот неловкий момент»;

г) добавления подразумевают использование в переводе дополнительных слов, не имеющих соответствий в оригинале: “The Notebook” – «Дневник памяти»;

д) опущение – явление, прямо противоположное добавлению. При переводе опущению подвергаются чаще всего слова, являющиеся семантически избыточными, с точки зрения их смыслового содержания: “August: Osage Count” – «Август»;

7) грамматические трансформации – это в первую очередь перестройка предложения (изменение его структуры) и всевозможные замены – как синтаксического, так и морфологического порядка [2, с. 196]: “3 Days to Kill” – «3 дня на убийство».

Таким образом, перевод заголовков фильмов является важной проблемой современного переводоведения. Для того, чтобы перевод звучал максимально естественно, переводчику следует помнить об адекватности перевода и придерживаться основных стратегий перевода: транскреация, жанровая адаптация, перевод с использованием эвфемизмов, дезэвфемизация, возвращение к первоисточнику, лексические трансформации (транскрибирование, транслитерация, калькирование, добавления, опущения) и грамматические трансформации.

Список литературы

1. Исмаилова, Т. А. Перевод названий фильмов / Т. А. Исмаилова // Вестник ВолГУ. Сер. 9. – 2017 – Вып. 15. – С. 38–40.
2. Петрова, Е. Ю. К проблеме несовпадений переводов англоязычных названий фильмов / Е. Ю. Петрова // Вестник Брянского госуниверситета. Языкознание. – 2016. – № 2 (28). – С. 193–198.
3. Рингевич, В. В. К вопросу о кинодискурсе / В. В. Рингевич // Теоретические и практические предпосылки подготовки полилингвальных специалистов в УВО : материалы IV Международного научно-практического онлайн-семинара (вебинара), Могилев, 30 марта, 2018 г. / под ред. Е. Н. Грушецкой. – Могилев, 2018. – С. 82–85.
4. Шимик-Козачко, П. Адаптированные названия англоязычных фильмов в переводе на польский и русский языки / П. Шимик-Козачко // Лингвокультурология. – 2010. – № 4. – С. 225–238.