

СТРАТЕГИИ ПЕРЕДАЧИ НАЗВАНИЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ РАЗЛИЧНЫХ ЖАНРОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Иванов Артур Эдуардович
Артамонова Елизавета Сергеевна
Мухлядо Марина Юрьевна

Минский государственный лингвистический университет
(г. Минск, Беларусь)

В данной работе рассматриваются стратегии передачи названий англоязычных фильмов на русский язык. В результате анализа были выявлены стратегии прямого перевода, перевода с трансформациями и полной замены, а также установлена их частотность. Различия в употребительности объясняются жанровой спецификой фильмов или их ориентированностью на ту или иную аудиторию.

Ключевые слова: кинодискурс, жанры, фильмоним, стратегии перевода, переводческие трансформации.

The paper considers strategies of rendering titles of English-language films into Russian. As a result, the following strategies, as long as their frequency, have been elicited: direct translation, translation with transformations and replacement. The differences are explained through genre specifics and focus on the type of audience.

Keywords: cinematographic discourse, genres, film titles, translation strategies, translation transformations.

На сегодняшний момент кинодискурс представляет собой динамичную систему, характеризующуюся такими свойствами, как, например, креолизованность, аудиовизуальность, мена коммуникативных ролей, интертекстуальность и культурная обусловленность [1]. Данные структурные особенности раскрывают безграничный потенциал кинематографического дискурса для исследований по лингвопрагматике, лингвокультурологии, стилистике и, в частности, теории перевода [2]. Важной составляющей любого фильма является не только его сценарий или сюжет, но также самое его наименование, или фильмоним, передающее зрителю основное содержание фильма еще до его просмотра. Функция фильмонима носит рекламный характер, т.е. состоит в том, чтобы привлечь потенциальную аудиторию к дальнейшему просмотру фильма как продукта киноиндустрии. В этой связи особенно важной представляется проблема грамотной, адекватной передачи названия фильма с одного языка на другой, что впоследствии может предопределить успех его проката в той ли иной стране. Данный факт обуславливает актуальность предпринимаемого исследования, цель которого – определить наиболее частотные стратегии передачи фильмонимов с английского языка на русский с учетом жанровой специфики кинопроизведений.

Материалом для исследования послужили 300 наименований англоязычных фильмов таких жанров, как триллер, драма и анимация с датой релиза не ранее 2000 года. В ходе дальнейшего анализа отобранные фильмонимы сравнивались с их русскоязычными вариантами, которые фигурировали в официальном кинопрокате в странах СНГ. Были выявлены три переводческие стратегии, а именно прямого перевода, перевода с трансформациями и полной замены фильмонима.

Было установлено, что в жанре триллера преобладает такая стратегия, как прямой перевод (54 %): например, *Law Abiding Citizen* «Законопослушный гражданин», *From hell* «Из ада», *The Mist* «Мгла». В свою очередь стратегия перевода с трансформациями используется реже (33 %): конкретизация (33 %) – *The town* «Город воров»; генерализация (30 %) – *Gone girl* «Исчезнувшая»; модуляция (18 %) – *Lights Out* «Без света»; транслитерация (12 %) – *Joker* «Джокер». Полная замена встречается в 13 % случаев: *Carrie* «Телекинез».

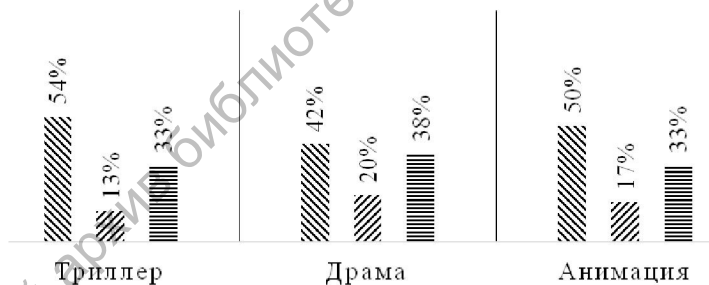
При этом в жанре драмы стратегия перевода с трансформациями более употребительна, чем в жанре триллера (38 % относительно 33 %). При передаче названий кинопроизведений данного жанра используются следующие трансформации: конкретизация (31 %) *The notebook* –

«Дневник памяти»; генерализация (34 %) – *Crazy, Stupid, Love* – «Эта дурацкая любовь»; модуляция (24 %) – *50 first dates* «50 первых поцелуев»; транслитерация (8 %) *tick, tick... Boom!* «тик-так, бум!». Встречаемость стратегии прямого перевода составляет 42 % от всего количества фильмонимов: *Remember me* «Помни меня», а употребительность стратегии полной замены – 20 %: *Lawless* «Самый пьяный округ в мире».

При анализе передачи названий анимационных фильмов наиболее употребительной стратегией также является стратегия прямого перевода (50 %), например, *Alvin and the Chipmunks* «Элвин и бурундуки», *Enchanted* «Зачарованная», *The Bad Guys* «Плохие парни», стратегия перевода с трансформациями занимает второе место по частотности – 33 %. Примерами передачи англоязычных названий на русский язык с применением трансформаций служат такие фильмы, как *Brave* «Храбрая сердцем», *Minions: The Rise of Gru* «Миньоны: Грювитация». Полная замена встречается в 17 % случаев: *Piper* «Песочник», *Hotel transylvania* «Монстры на каникулах».

Ниже представлены результаты анализа частотности употребления стратегий передачи фильмонимов с английского языка на русский.

▨ прямой перевод ▩ полная замена ▧ перевод с трансформациям



Употребительность стратегий передачи названий англоязычных фильмов на русский язык

Таким образом, было установлено, что стратегия прямого перевода является наиболее продуктивной при передаче названий фильмов с английского языка на русский во всех трех жанрах. Тем не менее в жанре драмы он гораздо ниже, чем в жанрах триллера и анимации, что, с одной стороны, может объясняться нетрадиционностью и относительной новизной триллера для русскоязычного кинопроката и лингвокультуры в целом. С другой стороны, основной аудиторией анимационных

фильмов являются дети, что эксплицирует низкую степень адаптации к зрителю, поскольку названия данных кинопроизведений, как правило, включают имена собственные (антропонимы или топонимы).

Литература

1. Зарецкая, А. Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / А. Н. Зарецкая. – Челябинск, 2010. – 180 л.
2. Иванов, А. Э. Коммуникативно-прагматический потенциал кинодискурса на русском и английском языках / А. Э. Иванов // Контрастивные исследования: текст, предложение, слово : сб. науч. ст. преподавателей и аспирантов МГЛУ / Мин. гос. лингвист. ун-т ; редкол.: Т. П. Карпилович (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2019. – Вып. 7. – Минск, 2019. – С. 7–12.