

## ПЕРЕВОД НАЗВАНИЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

**Астанкова Мария Сергеевна**

студент факультета иностранных языков учреждения образования  
«Могилёвский государственный университет имени А.А. Кулешова»  
(г. Могилев, Беларусь)

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

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

*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.*

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

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 межъязыковой 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 Моргангах?), “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 при-

водить 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 (иностранного) 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.

## Литература

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.