

12. Euronews. Why gardening should be your go-to quarantine activity. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.euronews.com/2020/04/02/why-gardening-should-be-your-go-to-quarantine-activity> (дата обращения: 16.04.2020).

13. Euronews. Working mothers do bulk of childcare and housework under lockdown, says new study. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.euronews.com/2020/05/27/working-mothers-do-bulk-of-childcare-and-housework-under-lockdown-says-new-study> (дата обращения: 01.06.2020).

УДК 811.111-26

*С. В. Кузнецова, Е. В. Шепелева (Пенза, Россия)
Пензенский государственный университет*

Особенности перевода названий иностранных фильмов на русский язык (на примере английских и американских фильмов)

В статье рассматриваются некоторые стратегии перевода названий иностранных фильмов (английских и американских) на русский язык, такие как калькирование, транслитерация, трансформация, смысловая адаптация стратегия замены названия фильма. Приводятся подробные примеры приведенных способов перевода.

Ключевые слова: фильм, заголовок, язык, перевод, стратегия перевода

В качестве досуга люди любят посмотреть кино – с семьей, в компании друзей, со второй половинкой или в одиночестве. Но далеко не все обращают внимание на то, по какому принципу выбирается фильм: чаще всего на это влияют два фактора – афиша и название. Если первое никак не зависит от языка, то второе оказывает влияние на человека.

Буквально несколько слов способны привлечь зрителя и приковать его к экрану. Но иногда название может сыграть злую шутку, и человек может часами выбирать фильм. Психология человека устроена так, что сначала он посмотрит на обложку, а потом уже на содержание материала.

Именно корректность перевода названия привлечет или, наоборот, оттолкнет внимание зрителя. Переводчик должен обладать умением трансформировать иноязычные слова в условиях межкультурных отношений, чтобы обеспечить адекватное восприятие фильма представителям другой культуры. Именно поэтому существует необходимость определения эффективных способов локализации названия кинофильмов с учетом культурной специфики той или иной страны.

К примеру, почему «пять футов» в фильме Джастина Бальдони превратились при переводе в русской версии в «метр» («Five feet apart» – «В метре друг от друга»), а «день плохой прически» («Bad hair day») у Эрика Канюэля – в

«Погоню за красотой»? Рассмотрим в статье, как меняются названия одного и того же фильма в разных языках и какие процессы на это влияют.

Название (или заголовок) в теории языка рассматривается как тип письменного текста, обладающий краткостью и емкостью (И. В. Арнольд, С. А. Борисова, Л. Н. Мурзин, М. Р. Проскуряков, А. А. Романов и др.). Заголовок, являясь точным и ярким, но при этом лаконичным, должен описывать фильм, передавать зрителю заложенный в нем смысл, влиять на целевую аудиторию и соответствовать ей. Значит, на выбор перевода названия фильма влияют следующие факторы: учет целевой аудитории и ее культурных особенностей, рекламная функция для привлечения внимания зрителя.

И. Р. Гальперин говорит о том, что «название – это компрессированное, нераскрытое содержание текста... Название можно метафорически изобразить в виде закрученной пружины, раскрывающей свои возможности в процессе развертывания» [2, с. 133].

И здесь встречаются первые проблемы. Допустим, перевод диалогов в кино может быть приблизительным, и, несмотря на это, мы самостоятельно можем достроить картину происходящего. Однако при неправильном переводе названия у нас может сложиться неправильное представление в целом, и, возможно, мы даже не станем смотреть фильм, потому что название не соответствует описанию. Такой компонент, как заголовок, подразумевает возможность зрителя с первого взгляда сориентироваться, надо смотреть данный фильм или нет.

Л. И. Сапогова в свою очередь определяет понятие «заголовок» так: «Заглавие (название) представляет собой один из структурных элементов текста и является средством рубрикации, отражающим в лаконичной форме главную идею целостного текста или его частей (заголовок)» [5, с. 32]. Помимо этого он выполняет несколько функций: сигнальную, информативную, содержательную. Благодаря сигнальной функции человек обращает внимание на фильм, с помощью информативной – получает представление о фильме, а исходя из содержательной функции устанавливает связь заголовка с описанием.

Автор статьи «On the Translation of English Movie Titles» Инь Лу различает следующие стратегии перевода: дословный перевод (калькирование), транслитерация и трансформация [1].

Рассмотрим каждую стратегию более подробно. Существует достаточно много фильмов, которые не требуют глубокого знания иностранного языка, чтобы понять смысл их названий. По понятным причинам именно такие заголовки чаще всего встречаются на больших экранах. Они переводятся по стратегии калькирования, то есть путем прямого перевода с другого языка. Важно отметить, что калькирование используется лишь при отсутствии непереводаемых культурных компонентов или с компонентами общекультурного значения. «В основном, такому принципу подвергаются названия фильмов, где отсутствуют непереводаемые специфические признаки (экзотизмы, варваризмы и особые ре-

алии культурной среды и т.п.). Чаще всего такой стратегии подвергаются названия, состоящие из одной или двух-трех словоформ» [4, с. 33].

Само понятие «калькирование» может делиться еще на несколько видов, а именно: фразеологические кальки, ложные кальки и т.д. Данные виды калькирования часто встречаются при анализе любого материала, но для того, чтобы разобраться в теме, нам достаточно знать лишь сам термин. Примерами фильмов, где используется способ калькирования, могут стать: «Supernatural» – «Сверхъестественное» (2005), «28 days later» – «28 дней спустя» (2002), «Devil's Advocate» – «Адвокат Дьявола» (1997), «Vanilla Sky» – «Ванильное небо» (2001), а также название популярного среди подростков сериала «Shameless» – «Бесстыдники» (2011–2021).

Вторая стратегия перевода, выделенная Инь Лу, – транслитерация. Транслитерация имеет три вида по строгости представления: строгая, ослабленная, расширенная. Первый вид характеризуется заменой каждого символа на символ другого алфавита, второй вид – заменой некоторых символов, третий – заменой двух сочетаемых букв на одну, например, «ый - у». Они схожи между собой и подразумевают перевод по звукам и транскрипциям имен собственных. Фильмы с такими названиями также нередко попадают на большие экраны и становятся лидерами по количеству просмотров. Примерами могут быть: «Avatar» – «Аватар» (2009), «Gladiator» – «Гладиатор» (2000), «Titanic» – «Титаник» (1997), «Interstellar» – «Интерстеллар» (2014), «Oblivion» – «Обливион» (2013), «Batman» – «Бэтмен» (2022).

Однако встречаются названия англоязычных кинофильмов, которые могут помешать адекватному восприятию их аудиторией и будущему успеху кинокартины. Ввиду этого лингвисты-переводчики используют трансформацию названия. Это третья стратегия перевода, предложенная Инь Лу.

Данная стратегия, как и предыдущие две, имеет несколько видов: генерализация, конкретизация, смысловое развитие. Нам важно понимать в первую очередь общее значение стратегии. Трансформация названия подразумевает преобразование, изменение названия фильма с помощью замены, добавления слов, обусловленное лексическими, грамматическими, культурными факторами.

Мы рассмотрим грамматические и лексические трансформации, считающиеся наиболее распространенными и удобными для перевода названий фильмов с английского языка на русский. Данный вопрос принадлежит к широкому кругу лингвистических проблем, относящихся к преобразованию языковых единиц и их дальнейшему изменению в зависимости от лингвистических и экстралингвистических факторов.

Рассмотрим на некоторых примерах наглядную трансформацию перевода. Например, известный фильм 2010 года «Inception» – «Начало», что переводится как «внедрение». Кристофер Нолан снял кино про осознанные сновидения и внедрение нужных идей в мозг другого человека. Нашим кинопрокатчи-

кам название показалось слишком простым и банальным решением, поэтому они показали нам «Начало».

Название комедии о младшем сыне дьявола «Little Nicky» (2000) переведено на русский язык с добавлением лексического элемента для более точной характеристики главного персонажа – «Ники, дьявол-младший».

Существуют другие примеры трансформации, которые отличаются полной заменой лексических элементов.

Название известного фильма Дага Лаймана «Fair Game» (2010) было переведено на русский как «Игра без правил», что полностью противоречило оригинальному названию – «Честная игра». Вероятно, переводчики специально воспользовались трансформацией для привлечения внимания аудитории.

Популярный телесериал «Lost» (2004) – «Остаться в живых» можно дословно перевести как «Потерянный» или «Пропавший». Российские переводчики посчитали, что вариант «Остаться в живых» подойдет лучше, так как указывает на приключенческий характер сериала и отражает его главную идею – надежду на выживание главных героев.

Обратим внимание на фильм ужасов «Sinister» (2012) – в переводе означает «зловещий», что соответствует этому жанру, но по неизвестной причине российские переводчики решили ничего не переводить, а просто транскрибировать оригинальный заголовок.

Существует несколько сезонов знаменитого боевика, в котором полицейский в одиночку пытается освободить захваченный террористами небоскреб, – фильм «Крепкий орешек». Мало кто знает, но оригинальное название данной картины – «Die hard», и если обращаться к дословному переводу, то фильм будет называться «Тяжелая смерть». Если глубоко анализировать, то это название скорее подойдет к жанрам «horror» или «thriller», где описываются события трагичных, несчастных случаев или убийств, а не к жанру боевика и детектива.

Если же учесть различные трактовки сочетания слов «Die hard», то мы встретим два похожих по смыслу перевода – «живучий» и «упорно сопротивляться». Из этого возникает другой вопрос, почему именно «Крепкий орешек» является переводом названия данного фильма? Как было отмечено ранее, такой перевод может сбить зрителя с толку. Это не единственный случай, когда название переведено не в точном значении. Примерами также могут послужить такие фильмы, как «The Hurt Locker» – «Повелитель бури», «Fast and Furious» – «Форсаж», «Now you see me» – «Иллюзия обмана» и т.д.

Еще одной стратегией перевода названий фильмов является смысловая адаптация. Данный способ предложила директор Центра русского языка для иностранцев Инга Милевич [3, с. 65]. Смысловая адаптация (расширение) – способ перевода, компенсирующий смысловую недостаточность буквального перевода с помощью добавления лексических единиц названия.

Данная стратегия достаточно часто используется российскими переводчиками для построения полноценной картины фильма и, соответственно, для привлечения внимания. Данный способ заключается в добавлении при переводе к оригинальному названию фильма одного или нескольких слов. Например, фильм «Tangled» – «Рапунцель: Запутанная история» режиссеров Натана Грено и Байрона Ховарда. В данном названии в качестве добавления используется сочетание слов «запутанная история». При переводе заголовка учитывалась специфика самого фильма. Сюжет является достаточно запутанным, а для главной героини история постоянно меняет свой ориентир. Именно поэтому при переводе решили добавить словосочетание «запутанная история».

Еще одним примером использования стратегии смысловой адаптации является фильм американского режиссера Рона Ховарда «The Grinch» – «Гринч, похититель Рождества». Данная картина является семейной комедией, в которой рассказывается про зеленое существо Гринча, которое не любило Рождество и пыталось разными способами помешать его празднованию.

Второй простой стратегией перевода, предложенной Ингой Милевич, является стратегия замены названия фильма. Она состоит в том, что переводчики, изучая содержания кинокартины, сюжет, настроения главных героев, приходят к выводу о целесообразности полной замены оригинального заголовка фильма. Такие смелые решения принимались не только на основе перечисленных факторов, но и в силу различных особенностей иноязычного слова. Ведь почти все слова в естественных языках имеют неоднозначный смысл, а некоторые можно перевести целыми выражениями. Для того, чтобы не было недопонимания между зрителями и авторами фильмов, переводчики периодически изменяют заголовки, находя истинный смысл оригинального названия кинокартины. Следовательно, не следует думать, что в результате использования стратегии замены названия фильма смысл исходного заголовка теряется, это не так. Каждое слово в переводе имеет глубокое семантическое наполнение.

Примером может послужить американский фильм ужасов «The Faculty», режиссёром которого является Роберт Родригес. Если мы посмотрим на название и переведем его на русский язык, мы получим «Факультет», в связи с чем будем ожидать сюжет про университет, учебу и образование. Однако смысл фильма совсем не в этом, речь идет о школе и учителях, в которых вселяются пришельцы. Тогда возникает вопрос: почему в названии речь идет именно о факультете? Все дело в том, что человек, по-настоящему заинтересованный в поиске смысла и связи между названием и самим сюжетом, может найти, что слово «the Faculty» может переводиться не только дословно, но и как «преподавательский состав учебного заведения». И теперь мы можем увидеть ту самую тонкую нить между названием и сюжетом фильма. Подобные фильмы: «Lost» – «Остаться в живых», «Limitless» – «Области тьмы».

На основании проведенного анализа каждой из трех стратегий перевода названий фильмов можно сделать вывод о том, что адекватность является важным критерием при переводе текстов с английского языка на русский. Любое изменение делается на основании давно изученных способов, это значит, что каждая из стратегий является правильной с точки зрения соответствующих признаков.

Именно поэтому переводчик сталкивается с рядом проблем, которые необходимо решить. Первая – проблема межкультурной коммуникации, она связана с различиями между культурами стран, с отражением культурных особенностей нации в фильме. Переводчик должен владеть обеими культурами коммуникации, обладать определенными знаниями, навыками адаптации к той или иной среде. С первой проблемой тесно связана вторая: невозможно перевести слово или словосочетание без потери смысла высказывания. Третья проблема проявляется в технических требованиях, ограничивающих форму перевода. В этой связи существуют критерии оценки качества переводимого произведения: адекватность переданной информации, соответствие лексическим, грамматическим и стилистическим нормам языка перевода, точная передача позиции авторов кинокартины.

Каждый зритель в свою очередь может трактовать название фильма любыми способами, если это является необходимым, но оригинальное название всегда останется за автором картины.

Литература

1. Бальжинимаева Е. Ж. Стратегия перевода названий фильмов [Электронный ресурс] // Сравнительное правоведение в странах России, Монголии, Японии и КНР: материалы междунар. студенч. науч.-практ.конф. Улан-Удэ: Бурят. гос. ун-т, 2009. С. 32-45 URL: <https://refdb.ru/look/3099824.html> (дата обращения: 17.03.2022).
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: КомКнига, 2006. 133 с.
3. Милевич И. Стратегии перевода названий фильмов // Русский язык за рубежом. 2007. № 5. С. 65–71.
4. Особенности перевода названий англоязычных фильмов [Электронный ресурс]. URL: <http://ilanew.spb.ru/blog/osobennosti-perevoda-nazvanij-anglojazychnyh-filmov/> (дата обращения: 16.03.2022).
5. Сапогова Л. И. Переводческое преобразование текста: учеб. пособие. М.: Наука, 2013. 32 с.