

УДК 801.81:81'25:81.243

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОВ

Норкина Е. А.,

преподаватель кафедры теории речи и перевода,

факультет иностранных языков

Мордовский государственный национальный

исследовательский университет им. Н. П. Огарёва

г. Саранск, Российская Федерация

Батырджанова Г.,

студентка 2 курса,

факультет иностранных языков

Мордовский государственный национальный

исследовательский университет им. Н. П. Огарёва

г. Саранск, Российская Федерация

Ториев С.,

студент 2 курса,

факультет иностранных языков

Мордовский государственный национальный

исследовательский университет им. Н. П. Огарёва

г. Саранск, Российская Федерация

Аннотация

В статье рассматривается проблема перевода англоязычных названий фильмов на русский язык, предпринимается попытка анализа перевода с целью выявления наиболее подходящего метода передачи коммуникативного потенциала заголовка на переводящий язык. Целью данной статьи является продемонстрировать, что процесс перевода заголовков является одной из Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

сложных задач для переводчика. Заголовок фильма выполняет не только аттрактивную функцию, но и несет в себе некую эмоциональную окраску. При переводе на русский язык очень важно сохранить и передать прагматический потенциал, заложенный в оригинале. В статье приводятся примеры способов перевода англоязычных названий фильмов на русский язык, рассматриваются возникающие при этом трудности и пути их решения.

Ключевые слова: заголовок, фильм, потенциал, перевод, культурное пространство.

DIFFICULTIES IN TRANSLATING ENGLISH FILM TITLES

Norkina E. A.

Ogarev Mordovia State University

Saransk, Russian Federation

Batyrdzhanova G.

Ogarev Mordovia State University

Saransk, Russian Federation

Toraev S.

Ogarev Mordovia State University

Saransk, Russian Federation

Abstract

The article deals with the problem of translating English film titles into Russian. The attempt is made to analyze the translation in order to identify the most appropriate method for transmitting the communicative potential of the title to the translating language. The purpose of this article is to demonstrate that the process of translating titles is one of the most difficult tasks for a translator. The title of the film performs not only an attractive function, but also carries a certain emotional coloring. When

translating into Russian, it is very important to preserve and convey the pragmatic potential inherent in the original. The article provides examples of ways to translate English film titles into Russian, discusses the difficulties that arise in this process and ways to solve them.

Key words: title, film, potential, translation, cultural space.

XXI век – это век современных технологий, огромного количества возможностей как в плане профессионального самопознания, так и в плане культурного развития. Многими признается сегодня, что главной причиной непонимания при межкультурном общении является различие национальных сознаний коммуникантов, а не различие языков. Современная культурная ситуация в мировом сообществе отложила свой отпечаток на нашем обществе: появились новые возможности и перспективы сотрудничества с зарубежными странами, что, в свою очередь, способствует развитию диалога культур как сравнения, взаимодействия и понимания иных культурных ценностей [4, 478]. Все большее внимание людей в плане культурного времяпрепровождения привлекает кинематограф. Кино – один из самых популярных видов искусства. Просмотр хорошего фильма или сериала скрашивает досуг, позволяет зрителю переместиться на некоторое время в совершенно иное измерение, помогает отвлечься от проблем.

Большое значение при выборе фильма играет его название (заголовок). В первую очередь потенциальный зритель обращает внимание именно на него, а потом на краткое содержание фильма. Стоит отметить, что ярким и эффектным названием легче привлечь внимание, чем более лаконичным и простым [6, 49].

Современные ученые, такие как И. В. Шаховский, И. В. Чекулай утверждают, что 80 % людей при выборе фильма придают значение исключительно заголовкам. Зритель по названию определяет свое расположение к фильму, решает, стоит ли его смотреть. Заголовок также настраивает аудиторию на определенную эмоциональную тональность, несет в

себе некую прагматическую информацию, основную идею произведения, иногда имеет метафоричную окраску [5, 117].

Перевод заголовков является одной из ведущих проблем в современном переводоведении. Мало кто серьёзно занимался или занимается вопросами перевода названий кинематографических произведений и поэтому данная проблема мало изучена. Этот вопрос рассматривался такими учеными как Е.Ж. Бальжинимаевой, И. Г. Милевич, М. А. Кулинич. Перевод заголовков фильмов – одна из наиболее трудных работ для переводчика. При переводе заголовков должен остаться не только ярким и запоминающимся, но и включать в себя информацию о жанре фильма, его содержании. Следует упомянуть о функциях заголовка. В первую очередь – это аттрактивная функция (функция привлечение внимания реципиента), во вторую - эмоционально – эстетическая (данная функция вызывает у реципиента определенные эмоции, оказывает на него эстетическое воздействие). Таким образом, переводчик должен быть очень внимательным, обладать достаточными лингвистическими и фоновыми знаниями, переводя заголовок фильма, для того чтобы сделать его таким же звучным и значимым как оригинальное название, а также не потерять тот прагматический потенциал, который в нем заложен. Сегодня киноиндустрия является одной из самых успешных отраслей производства, новые фильмы и книги появляются очень быстро, вследствие чего переводчики просто не успевают переводить материал из-за его непрекращающихся объемов и не всегда уделяют достаточно внимания и сил на то, чтобы их перевод был качественным [2, 30].

По мнению Л. И. Захаровой довольно часто переводчик сталкивается с проблемой, что невозможно буквально или дословно перевести название, не теряя краткости, емкости или смысла. В этом случае приходится прибегать к ряду переводческих трансформаций. Также нужно учитывать, что любой заголовок фильма должен легко восприниматься, т.к. он осуществляет определенные нами выше функции [1, 105].

Проанализировав большой теоретический и практический материалы по данной проблеме, мы пришли к выводу, что перевод названий фильмов можно осуществить по следующим стратегиям:

1. Дословный перевод или синтаксическое уподобление – «нулевая» трансформация

Catch Me If You Can – Поймай меня, если сможешь

Star Trek – Звездный путь

Wrath of the Titans – Гнев Титанов

Supernatural – Сверхъестественное

The Butterfly Effect – Эффект бабочки

28 Days Later – 28 дней спустя

Такой способ перевода приемлем только для таких заголовков, при переводе которых дословно, сохраняется адекватное восприятие содержания.

2. Транслитерация (воспроизведение по буквам) и транскрипция (воспроизведение по звукам) имен собственных. Например:

Forrest Gump – Форрест Гамп

Titanic – Титаник

King Kong - Кинг Конг

Avatar - Аватар

Avalon – Авалон

Pearl Harbor – Перл Харбор

John Carter – Джон Картер

Gladiator – Гладиатор

Следует отметить, что такой выбор трансформации при переводе более чем уместен, т. к. в западноевропейских языках имена собственные, заимствуемые из одного языка в другой, как правило, не меняют орфографию.

3. Трансформация названия, добавление или опущение некоторых лексических единиц. Например:

Saw – Пила: Игра на выживание (добавление с сохранением эмоциональной тональности с целью более точной передачи содержания фильма);

Interstate 60: Episodes of the Road – Трасса 60 (опущение с целью благозвучия в переводящем языке);

American Gangster – Гангстер (опущение, по нормам русского языка «американский гангстер» будет считаться своего рода некой тавтологией);

George Romero's land of the dead – Земля мертвых (опущение с целью снижения информационной фоновой нагрузки с иноязычного реципиента).

4. Смысловое развитие или модуляция. Данный переводческий прием заключается в замене переводимой единицы на контекстуальное, логически связанное с ней слово или словосочетание. Например:

Die another day - Умри, но не сейчас

Little Nicky – Ники, дьявол-младший

The Grinch – Гринч, похититель Рождества

17 Again – Папе снова 17

Vacancy – Вакансия на жертву

5. Вольный перевод. Вольный перевод вызывает наибольший интерес при переводе фильмов. Он интересен тем, что во многих случаях отличается от оригинала, например:

The Fast and the Furious – Форсаж

The Switch – Больше чем друг

Just Go with it – Притворись моей а не твоей женой

The longest yard (букв. Самый длинный ярд) – Все или ничего

The Cinderella Man - Нокдаун

Lost — Остаться в живых

Dark Kingdom: The Dragon King – Кольцо Нибелунгов.

Такой способ перевода достаточно популярен, он требует от переводчика не только языковых и фоновых знаний, но и творческого подхода, фантазии.

Прагматический потенциал оригинального названия должен адекватно отразиться в переводе на язык принимающей культуры.

Несомненно, что название фильма должно быть связано в некотором роде с фильмом непосредственно. Особенно выглядит странным, что название не может быть переведено даже после просмотра фильма до конца. В таких случаях у зрителя есть чувство замешательства [3, 31]. Другое дело, если название переведено с другого языка. Здесь появляются трудности. Поэтому переводчик, переводя название фильма должен быть очень осторожным и внимательным. Он должен знать все методы этого вида перевода и должен использовать все его воображение, передать значение названия фильма, близко к оригиналу, насколько возможно [2, 27].

Таким образом, следует сделать вывод о том, что перевод заголовков англоязычных фильмов представляет собой некоторые трудности. Так как системы двух взаимодействующих языков разные, то при переводе переводчику требуется прибегать к трансформациям. При этом необходимо передать не только семантическое значение, прагматический потенциал оригинала, но и его эмоциональную окраску. Перевод в киноиндустрии не терпит непрофессионализма. Для достоверного перевода необходимо в совершенстве знать язык, обычаи страны, иметь большой переводческий опыт.

Библиографический список:

1. Захарова Л. И. Феномен языковой игры в современной публицистике (на материале заголовков газет) / Л. И. Захарова // Проблемы фразеологической и лексической семантики: материалы Междунар. науч. конф. Кострома, 18–20 марта 2004 г. М., 2004. С. 104–107.
2. Кулинич М. А. Еще раз о переводе названий / М. А. Кулинич // Лингвистические основы межкультурной коммуникации. – Нижний Новгород: Издат-во Самарского гос. пед. ун-та. - 2005. – С. 27-33.

3. Милевич И. Г. Перевод названий художественных фильмов: коммуникативные тактики / И. Г. Милевич // Перевод и сопоставительная лингвистика. – 2012. - №8. – С. 29-32.
4. Норкина Е. А. Роль менталитета в формировании картины мира этноса: философский аспект / Е. А. Норкина // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. – 2018. – № 4. – С. 476–483.
5. Чекулай И.В. Функционально-деятельностный подход к изучению принципов оценочной категоризации в современном английском языке / И. В. Чекулай. - Белгород: Издательство Белгородского государственного университета. – 2006 – С. 112-124.
6. Шаховский В. И. Эмотивный компонент значения и методы его описания : учеб. пособ. к спецкурсу / В. И. Шаховский. – Волгоград: ВГПИ, 1983. – 94 с.

Оригинальность 76%