

## ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕГЛАЙНОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Теглайн представляет собой своеобразный девиз, кратко и емко отражающий основную идею кинофильма. Это фраза, которая зачастую формирует отношение зрителя к фильму, представления и ожидания.

Если классический рекламный слоган изучен достаточно хорошо, то теглайну посвящено лишь несколько работ, например [1]. Практически отсутствуют данные о лингвистических особенностях теглайна, а нюансы перевода теглайнов рассматриваются лишь фрагментарно. При этом теглайн – особый речевой жанр, важный для современной культуры, поэтому он нуждается в более глубоком изучении.

Основная задача любого рекламного текста, соответственно, и теглайна – призвать адресата к какому-либо действию (просмотру кинофильма). Поэтому при переводе теглайна на другой язык необходимо передать не значения отдельных слов одного языка средствами другого языка и даже не общий смысл исходного текста. Главной задачей становится сохранение основных функций оригинала. Это позволяет говорить о том, что передача теглайна на другой язык представляет собой прагматическую адаптацию – «преобразование исходного высказывания с учетом передачи его прагматического значения» [2, с. 163]. Прагматическая адаптация, по мнению Л. Л. Нелюбина, «достигается путем включения в текст дополнительных элементов, опущения элементов, избыточных с точки зрения иноязычного получателя, а также путем применения семантических трансформаций» [2, с. 163].

Для рассмотрения особенностей передачи англоязычных теглайнов на русский язык были проанализированы 100 англоязычных теглайнов к 20 лучшим, по мнению пользователей сайта [www.kinopoisk.ru](http://www.kinopoisk.ru), кинофильмам года (выборка была ограничена 2011–2015 годами), а также соответствующие им теглайны, созданные для русскоязычной аудитории [3; 4].

Прежде всего, стоит отметить, что количество оригинальных теглайнов к кинофильму не всегда соответствует количеству теглайнов, созданных для русскоязычной аудитории. Встречаются случаи, когда передача теглайна на русский язык не осуществляется вообще или же создается теглайн для фильма, изначально теглайна не имеющего. Наиболее часто (34 % в нашей выборке) встречается ситуация, когда нескольким англоязычным теглайнам соответствует один теглайн на русском языке. Это связано с более широкой рекламной кампанией фильмов в англоязычном пространстве: как правило, для одного фильма создается несколько постеров, на которых и размещаются разные теглайны. Для русскоязычных рекламных кампаний такая тенденция не характерна: в большинстве случаев создается лишь один постер с одним теглайном, который, в свою очередь, используется не только в печатной рекламе, но и во всех видах рекламных сообщений о фильме.

В ходе исследования мы выделили три основных приема передачи англоязычных теглайнов на русский язык:

- прямой (дословный) перевод (или калькирование);
- частичная трансформация теглайна;
- замена теглайна (или полная трансформация).

По Л. Л. Нелюбину, **прямой перевод (калькирование)** представляет собой прием перевода, при котором «составные части слова или словосочетания заменяются их прямыми соответствиями в языке перевода» [2, с. 73]. Пример: *Small sheep. Big movie* («Shaun the Sheep Movie», 2014). – *Маленький барашек. Большое кино* («Барашек Шон», 2014). Как правило, прием прямого перевода используется в тех случаях, когда в составе теглайнов нет каких-либо культурно специфических компонентов, не поддающихся переводу, а также отсутствует конфликт формы и содержания слогана [5]. Этот прием был использован в 21,1 % теглайнов (16 единиц), имеющих эквиваленты в русском языке.

Следующий способ передачи англоязычных теглайнов на русский язык – их **частичная трансформация**. Согласно переводоведческим исследованиям, трансформации могут быть вызваны различными факторами: структурно-языковыми, стилистическими, прагматическими и т.д. [5]. Прием частичной трансформации был использован в 35,5 % теглайнов с эквивалентами в русском языке (27 единиц). Примеры: *Remember who the enemy is* («The Hunger Games: Catching Fire», 2013). – *Помни, кто твой настоящий враг* («Голодные игры: И вспыхнет пламя», 2013); *Witness the beginning* («X-Men: First Class», 2011). – *Узнай, как все начиналось!* («Люди Икс: Первый класс», 2011).

При передаче англоязычных теглайнов на русский язык лексические трансформации были использованы немного чаще, чем грамматические. Лексические трансформации встретились в 59,3 % слоганов (16 единиц), переданных на русский язык при помощи частичной трансформации, в то время как грамматические – в 44,4 % слоганов (12 единиц). В одном теглайне могла быть использована как одна, так и несколько трансформаций.

Еще одним способом передачи теглайнов на русский язык является их **полная трансформация**, т.е. замена англоязычного теглайна русскоязычным слоганом, не соответствующим ему ни в лексическом, ни в грамматическом плане [5]. Эквивалентность в таком слогане, по В. Н. Комиссарову, сохраняется лишь на коммуникативном уровне [6], т.е. при передаче сообщения на другой язык сохраняется лишь основная коммуникативная цель оригинала – привлечение потенциального зрителя. При помощи данного способа было передано наибольшее количество проанализированных теглайнов – 43,4 % теглайнов, имеющих эквиваленты в русском языке (33 единицы). Преобладание случаев полной трансформации теглайна можно объяснить специфичностью картины мира, представленной в самом кинофильме, а также существованием большого количества различий в когнитивных процессах и способах восприятия мира у представителей различных национальностей. Иными словами, для представителей разных национальностей могут быть важными различные аспекты одного и того же фильма.

Рассмотрим пример полной трансформации теглайна: *A new funny film about love. With a bit of time travel* («About Time», 2013) – букв. ‘Новый веселый фильм о любви. И немного путешествий во времени’. – *Вдохновляющая история о любви вне времени* («Бойфренд из будущего», 2013). Единственное понятие, связывающее два теглайна – фильм о любви. Скорее всего, переводчик посчитал, что веселый (*funny*) фильм о любви не привлечет внимание русскоязычного зрителя, поэтому словосочетание *funny film* букв. ‘веселый фильм’ было заменено на *вдохновляющую историю*. Путешествие во времени, как правило, ассоциируется с фантастическими фильмами, а, поскольку первая часть русскоязычного теглайна делает основной акцент на романтической составляющей данного фильма, вместо информации о путешествиях во времени (*time travel*) приводится характеристика такого понятия, как любовь (*вне времени*).

Итак, передача теглайнов на другой язык – особая задача, поскольку переводчик должен не только передать смысл слогана, но и сохранить его экстралингвистическую функцию – способность заинтересовать адресата, призвать его к просмотру кинофильма.

Наше исследование показало, что при передаче большей части английских теглайнов на русский язык используются лексические трансформации или же прием полной трансформации, что свидетельствует о преобладании национального над универсальным в таком речевом жанре, как теглайн. Это связано с различиями в картине мира у представителей разных народов и необходимостью подстроить теглайн под определенную культуру для сохранения его воздействующей функции.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Кунавина, М. С. Особенности передачи глагольных форм при переводе англоязычных теглайнов на русский язык / М. С. Кунавина // Вестн. Моск. гос. ун-та. Сер. Филол. науки. – 2013. – № 4. – С. 31–37.
2. Нелюбин, Л. Л. Толковый переводоведческий словарь / Л. Л. Нелюбин. – М. : Флинта: Наука, 2003. – 320 с.
3. Internet Movie Poster Awards [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.impawards.com/index.html>. – Date of access : 05.09.2016.
4. КиноПоиск. Все фильмы планеты [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.kinopoisk.ru](http://www.kinopoisk.ru). – Дата доступа : 05.09.2016.
5. Бальжинимаева, Е. Ж. Стратегия перевода названий фильмов / Е. Ж. Бальжинимаева // Сравнительное правоведение в России, Монголии, Японии и КНР : материалы междунар. студ. науч.-практ. конф., Улан-Удэ, 17 апреля 2009 г. / Бурят. гос. ун-т; редкол.: Ю. П. Гармаев (гл. ред.) [и др.]. – Улан-Удэ, 2009. – С. 44–48.
6. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : учебник для ин-тов и фак-ов иностр. яз / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.