

Т. И. Голикова, К. Л. Руткевич (МГЛУ, Минск, Беларусь)

В ТВОРЧЕСКОЙ ЛАБОРАТОРИИ ПЕРЕВОДЧИКА: ПЕРЕВОД НАЗВАНИЙ ФИЛЬМОВ

Киноиндустрия со своими кинокомпаниями, киностудиями, десятками тысяч продюсерских центров и цехов, разбросанных по всему миру, относится к социальному явлению. Важную роль в кинопроизводстве играет перевод фильмов на разные языки, от которого в немалой степени зависит, будем ли мы наслаждаться шедеврами мирового кинематографа, или будем их отвергать.

Конечно, фильм – это, в первую очередь, игра актеров, замысел сценариста и режиссера, постановочный опыт оператора и многое другое. В процессе перевода фильма возникает задача передачи всех тонкостей реплик персонажей, не меняя при этом замысел режиссера. Одна из самых сложных задач – это адаптация текста фильма к другой иноязычной культуре. Выполнение киноперевода на качественном уровне, на наш взгляд, относится

к области искусства. Неслучайно, киноперевод, предназначенный для огромной аудитории зрителей, стал одним из наиболее востребованных видов перевода в современном обществе.

Создание любого фильма, включая его перевод на другой язык, представляет собой трудоемкий процесс со своими этапами осуществления. Одним из таких этапов является перевод названия фильма, который играет важную роль в том, насколько успешно сложится судьба того или иного произведения. Название кинопроизведения – это то, на что мы обращаем внимание в первую очередь, изучая рекламу или афишу фильма. Заголовок фильма несет смысловую нагрузку, от которой зависит, сможет ли фильм заинтересовать зрителя, поскольку заглавие произведения часто является ключом к его пониманию. Прочитав заголовок, каждый читатель или зритель по-разному представляет себе сюжет произведения. Следовательно, функция заголовка заключается в том, чтобы привлечь и заинтересовывать предполагаемого читателя или зрителя. Таким образом, название фильма является залогом первичного восприятия образа фильма, во многом предопределяющего его дальнейший успех в кинопрокате.

Результаты проведенного опроса в студенческой среде методом анкетирования подтвердили важность названия фильма. Количественный анализ результатов анкетирования показал, что для 57 % опрошенных ключевым фактором для просмотра фильма является его название, но 33 % респондентов отметили, что даже плохое, на их взгляд, название фильма не является причиной отказа от его просмотра. Половина из опрошенных студентов (50 %) связывают заголовок фильма с его сюжетом и главной идеей. Было установлено, что 43 % респондентов не оставляют без внимания кинозаголовки и стремятся понять, с чем связан предложенный выбор названия. 53 % респондентов считают, что режиссеры, снимающие тот или иной фильм, как правило, дают фильму необычное и интригующее название лишь для того, чтобы фильм был успешным в прокате.

Перевод названий фильмов считается одним из сложных видов межъязыковой и межкультурной коммуникации. Он требует от переводчика значительной предварительной подготовки, что предполагает просмотр всего фильма на языке оригинала, определение его сюжетных линий, знание менталитета и культуры целевой аудитории. Отсюда – креативный подход к переводу кинозаголовка. По мнению теоретика перевода В. Н. Комиссарова «адаптация заголовка – это не только перевод слов, но и перевод идей. Для того чтобы не потерять маркетинговое содержание заголовка, а также сохранить оригинальность, следует интерпретировать содержание заглавия, а не копировать его» [1, с. 103].

Переводчики могут прибегать к одной из следующих трех стратегий при переводе названий иностранных фильмов [2, с. 37–40]:

1. Прямой перевод англоязычных названий фильмов на русский язык. Как правило, такую стратегию используют тогда, когда в названии фильмов, отсутствуют непередаваемые культурноспецифические компонен-

ты: «*Bad Company*» ‘Плохая компания’ (2002), «*The Golden Compass*» ‘Золотой компас’ (2007), «*Big Eyes*» ‘Большие глаза’ (2014). В данной стратегии используются такие способы перевода, как транслитерация и транскрипция имен собственных, не обладающих внутренней формой. Например, «*Karla*» ‘Карла’ (2006), «*Hank and Mike*» ‘Хэнк и Майк’ (2008), «*Victoria and Abdul*» ‘Виктория и Абдул’ (2017), «*Christopher Robin*» ‘Кристофер Робин’ (2018), «*Tully*» ‘Талли’ (2018).

2. Т р а н с ф о р м а ц и я н а з в а н и я. Трансформации в переводе обусловлены различными факторами: лексическими, стилистическими, функциональными, прагматическими. С использованием данной стратегии многие названия фильмов переводятся при помощи контекстуальной замены или добавления лексических элементов, а ввод ключевых слов фильма компенсирует в названии смысловую или жанровую недостаточность дословного перевода. Это также отражает рекламную функцию названий фильмов. Наряду с добавлением: «*Hellboy*» ‘Хеллбой: Герой из пекла’ (2004), «*Jobs*» ‘Джобс: Империя соблазна’ (2013), «*The Institute*» ‘Институт Роузвуд’ (2017), «*Gotti*» ‘Кодекс Готти’ (2018) может использоваться прием опущения: «*The Bad Lieutenant: Port of Call – New Orleans*» ‘Плохой лейтенант’ (2009), «*Dracula Untold*» ‘Дракула’ (2014), «*Primal Rage: The Legend of Oh-Mah*» ‘Первобытная ярость’ (2018).

3. З а м е н а н а з в а н и й ф и л ь м о в. Нередко встречаются случаи изменения названий фильмов при переводе. При этом действует прием полной лексической, а иногда и семантической замены. Не только режиссеры, но и дистрибьюторы кинопродукции стремятся максимально отразить смысл картины в его названии, чтобы еще до просмотра фильма зритель был подготовлен к тому, что будет показано на экране. Но при этом прокатчики фильма, придавая яркость и броскость заглавию, меняют его таким образом, что замысел создателей может полностью измениться. Примерами могут служить названия следующих фильмов: «*The Objective*» ‘Битва в пустыне’ (2008), «*Repo Men*» ‘Потрошители’ (2009), «*She’s Funny That Way*» ‘Мисс Переполох’ (2014), «*Gringo*» ‘Опасный бизнес’ (2018).

В качестве примера удачной замены названия фильма приведем название ставшего известным по числу международных наград фильма Д. Жук «Хрусталь» (2018), который в международном прокате получил название «*Crystal Swan*». Хрусталь, по замыслу режиссера, является неким воплощением сверкающей мечты, к которой стремится главная героиня. Важно отметить, что действие фильма происходит в небольшом городе, где есть завод по производству хрусталя. Использование замены в англоязычном названии фильма на «*Crystal Swan*» отсылает зрителей к одной из сцен фильма, в которой маленький мальчик дарит главной героине хрустального лебедя в качестве символа нереализованной мечты. Как русскоязычное, так и англоязычное названия фильма отражают основной его посыл – «хрупкая мечта», который удачно передан в вариантах заголовка на двух языках.

Исследователь И. Милевич выделяет еще одну стратегию перевода названий фильмов, соотнося ее с определенным жанром, к которому относится фильм [3, с. 68–69]. Например, название фильма ужасов «*She Creature*» (2001) в русском варианте перевода заголовка настраивает зрителей на то, что в фильме будет происходить нечто пугающее и страшное: «Ужас из бездны», а название детективного фильма «*City by the Sea*» (2002) в переводе на русский язык адаптировано к жанру детектива: «Последнее дело ЛаМарки»; русскоязычное название триллера «*Beirut*» (2018) также хорошо отражает жанр кинофильма «Точка невозврата».

На выбор необходимой стратегии перевода названия фильма влияет ряд причин. Одна из главных причин видится в невозможности передачи смысла исходного текста ввиду наличия или отсутствия у зарубежных зрителей «фоновых знаний» о культуре другой страны. Кинодистрибьюторы также могут намеренно исказить название фильма, для того чтобы картина оказалась более успешной в прокате. В качестве примеров можно назвать такие фильмы, как «*The One*» ‘Противостояние’ (2001), «*Eulogy*» ‘Безумные похороны’ (2004), «*Deception*» ‘Список контактов’ (2008), «*Last Vegas*» ‘Старперцы’ (2013), «*Mother’s Day*» ‘Несносные леди’ (2016), «*Once Upon a Time in Venice*» ‘Его собачье дело’ (2017), «*Every Day*» ‘Привидение’ (2018).

Нередкими бывают случаи, когда исходное название фильма изменяется после того, как фильм был завершен. В качестве примера можно привести название комедия «*That Awkward Moment*» ‘Этот неловкий момент’ (2014), изначальное название которого было представлено в форме вопроса «*Are We Officially Dating?*» ‘Мы официально встречаемся?’ Заголовок был изменен перед выходом фильма в прокат, при этом в Австралии и Новой Зеландии кинолента вышла с прежним названием «*Are We Officially Dating?*».

Тем не менее, необходимо отметить, что на каком бы этапе производства фильма не появлялось его название, люди, которые занимаются переводом кинозаголовков, прилагают немало усилий для качественного решения своей прагматингвистической задачи.

Материалом исследования послужили 240 оригинальных названий американских художественных фильмов и их переводы на русский язык, отобранные методом сплошной выборки за период с 2001 по 2018 год. Англоязычные кинозаголовки были соотнесены с их официальными русскоязычными названиями, под которыми фильмы вышли в белорусском прокате. С целью проведения сравнительного анализа переводов названий фильмы были разбиты на две группы с учетом временных отрезков: фильмы выпуска 2001–2010 и фильмы выпуска 2011–2018 годов. В каждой группе представлены 120 оригинальных заголовков американских художественных фильмов и их русскоязычных вариантов перевода. В ходе проведения анализа отобранных художественных фильмов, были определены способы и приемы перевода оригинальных названий на русский язык. Полученные данные представлены в таблицах 1 и 2.

Т а б л и ц а 1

Способы и приемы перевода англоязычных названий фильмов
на русский язык

Название способов и приемов перевода	Количество фильмов		Количество фильмов в процентном соотношении, %	
	2001–2010 гг.	2011–2018 гг.	2001–2010 гг.	2011–2018 гг.
1. Калькирование	54	25	45	21
2. Замена названия	41	71	34	59
3. Добавление	14	13	12	11
4. Опущение	6	4	5	3
5. Транслитерация	4	5	3	4
6. Транскрипция	1	2	1	2
Всего:	120	120	100	100

Т а б л и ц а 2

Категории названий фильмов

Название категории	Количество фильмов		Количество фильмов в процентном соотношении, %	
	2001–2010 гг.	2011–2018 гг.	2001–2010 гг.	2011–2018 гг.
1. Названия оригиналов и переводов, не отражающие содержание фильмов	52	31	43	25
2. Названия фильмов на языке перевода, отражающие содержание фильмов	26	43	22	36
3. Названия фильмов на языке оригинала и перевода, отражающие содержание фильмов	26	26	22	22
4. Названия фильмов на языке оригинала, отражающие содержание фильмов	11	13	9	11
5. Оригинальные названия фильмов, совпадающие с переводом	5	7	4	6
Всего:	120	120	100	100

В первой категории классификации находятся фильмы, оригинальные и русскоязычные названия которых не отражают содержания кинокартины. В данной категории заголовки фильмов на исходном языке были переданы

с помощью калькирования «*Bad Company*» ‘Плохая компания’ (2002), «*Big Eyes*» ‘Большие глаза’ (2014) или замены названия «*Falling Up*» ‘Золотая дверь’ (2008), «*Beirut*» ‘Точка невозврата’ (2018). Отметим, что некоторые из представленных заголовков все же сообщают некоторую информацию о кинофильме. Однако этой информации недостаточно, и кинозритель остается в неведении о содержании фильма, вплоть до окончания просмотра фильма.

В отдельную категорию мы также выделили фильмы, русскоязычные названия которых отражают то, что происходит на киноэкране. Например, «*Backwoods*» ‘Игра на выживание’ (2007), «*Camille*» ‘Медовый месяц Камиллы’ (2007), «*Blue Line*» ‘План ограбления’ (2016), «*Gringo*» ‘Опасный Бизнес’ (2018). Большая часть оригинальных названий фильмов из этой группы были заменены на другие названия. Тем не менее, в отдельных случаях переводчики не отказывались от оригинального названия фильма и применяли прием добавления: «*Click*» ‘Клик: с пультом по жизни’ (2006), «*Chef*» ‘Повар на колесах’ (2014).

В следующей группе отобраны фильмы, в которых как оригинальные, так и русскоязычные названия отражают содержание кинокартины. При переводе указанных в данной группе названий был использован способ калькирования «*The Accidental Husband*» ‘Случайный муж’ (2008), «*The Big Wedding*» ‘Большая свадьба’ (2013); замена названия «*The Rebound*» ‘Нянька по вызову’ (2009), «*Mother’s Day*» ‘Несносные леди’ (2016); добавление «*The Open Road*» ‘Открытая дорога назад’ (2009), «*Escape*» ‘План побега 2’ (2018) и опущение «*Lone Survivor*» ‘Уцелевший’ (2013), «*American Assassin*» ‘Наемник’ (2017). Благодаря таким названиям переводчики и создатели фильма сумели подготовить кинозрителей к тому, что они увидят на экране. У зрителей, таким образом, появляется возможность заранее сформировать мнение о фильме до его просмотра.

В классификации также присутствует категория, в которую попали фильмы, оригинальные названия которых в большей степени по сравнению с вариантами на языке перевода отражают содержание фильма. При переводе оригинального названия фильма прокатчики с помощью переводчиков стремятся сделать кинозаголовок максимально привлекательным для потенциального зрителя. Тем не менее, в данном случае кинодистрибьютеры в погоне за броским названием, забывают о сюжете фильма: «*Conversations with Other Women*» ‘Порочные связи’ (2005), «*Walk of Shame*» ‘Блондинка в эфире’ (2014), «*Escape Room*» ‘Клаустрофобия’ (2015).

В последней категории нами были отобраны фильмы, в которых оригинальные названия переданы на русский язык с помощью таких способов перевода как транскрипция «*Hard Ball*» ‘Хардбол’ (2001), «*Birdman*» ‘Бёрдмен’ (2014) и транслитерация «*Gigantic*» ‘Гигантик’ (2008), «*Interstellar*» ‘Интерстеллар’ (2014), «*Delirium*» ‘Делириум’ (2018). Необходимо отметить, что у всех оригинальных названий, представленных в этой группе, существуют устоявшиеся варианты перевода. Однако переводчики предпочли оставить названия практически без изменений, передав англоязычные слова с помощью транслитерации. Вероятно, решение не переводить оригинальные

названия объясняется тем, что в настоящее время многих носителей русскоязычной культуры привлекает американский образ жизни, и использование слов на английском языке лишь подчеркивает наметившуюся тенденцию.

Подводя итог, отметим, что разработанная классификация не отражает всех особенностей кинозаголовков и их перевода на русский язык, но, тем не менее, определяет основные тенденции наименования фильмов и их переводов, что связано с привлечением большего количества зрителей к просмотру кинопродукции и передаче содержания фильма через заголовок.

На основании проведенного анализа способов и приемов перевода названий англоязычных фильмов на русский язык, можно прийти к выводу о том, что более половины современных переводчиков прибегают к полной замене оригинального кинозаголовка (59 %). В связи с этим, как правило, англоязычные и русскоязычные названия фильмов имеют разное смысловое наполнение. Одной из возможных причин этого является желание переводчиков дать фильму яркое и запоминающееся название, которое привлечет большое количество потенциальных зрителей. Исходя из этого, можно предположить, что в современное время перевод названий фильмов является ярко выраженным творческим процессом переводческой деятельности. Следовательно, дословный перевод оригинальных названий художественных фильмов сегодня уходит на второй план, а вместо этого у фильмов появляются новые броские заголовки.

Таким образом, результаты проведенного сравнительного анализа содержательного соотношения англоязычных и русскоязычных названий американских художественных фильмов позволяют сделать следующие выводы.

1. На сегодняшний день названия американских фильмов содержат в себе больше информации о содержании фильма по сравнению с кинозаголовками прошлого десятилетия. Это подтверждает значительное уменьшение количества названий, не отражающих содержание фильмов (2001–2010 гг. – 45 %, 2011–2018 гг. – 25 %).

2. Увидев одно лишь название фильма, современный зритель может сформировать достаточно верное представление о том, что будет происходить на экране. Вместе с тем, следует подчеркнуть, что увеличилось количество русскоязычных названий американских художественных фильмов, отражающих содержание кинокартин (2001–2010 гг. – 22 %, 2011–2018 гг. – 36 %). Наличие данной тенденции говорит о том, что при передаче заголовка фильма на русский язык прокатчики и переводчики обращают внимание в первую очередь на сюжет кинофильма.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Комиссаров, В. Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты). / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.

2. *Бальжинимаева, Е. Ж.* Стратегии перевода названий фильмов / Е. Ж. Бальжинимаева // Сравнительное правоведение в странах России, Монголии, Японии и КНР: материалы междунар. студенч. науч. – практ. конф. – Улан-Удэ : Бурятский гос. ун-т, 2009. – С. 32–45.

3. *Милевич, И.* Стратегии перевода названий фильмов / И. Милевич // Русский язык за рубежом. – 2007. – № 5. – С. 65–71.