

наречие передает отношение автора к тому, что говорится в предложении. Еще один пример: *And how about Papadopolos who I didn't know other than I sat him for 15 minutes at a table, unfortunately, where they have a picture of this.* – ‘А как насчет Пападопулоса, с которым я не был знаком, если не считать те 15 минут, что я провел с ним за одним столом. К сожалению, они это сняли’. В этом примере мы также видим, как комментирующее наречие показывает отношение автора.

Заключение. Грамматические трудности перевода обуславливаются тем, что грамматические явления разных языков отличны, хотя в отдельных отношениях могут представлять некоторое сходство. Воспроизведение грамматической формы подлинника не может быть целью перевода, т.к. его цель – передача мысли. И только в том случае, когда отдельные особенности грамматической формы оригинала играют стилистическую роль, их передача становится задачей перевода. Обычно это не прямое воспроизведение черт, а воссоздание их функций.

Библиографические ссылки

1. Апполова М. А. Specific English (Грамматические трудности перевода). М. : Международные отношения, 1977. 141 с.
2. Соколова Л. А., Трофимова Е. П., Калевич Н. А. Грамматические трудности перевода с английского языка на русский. М. : Высшая школа, 2008. 204 с.
3. READ: President Trump's exclusive interview with Hill.TV [Электронный ресурс]: интервью / Buck Sexton, John Solomon. 2018. Режим доступа: <https://thehill.com/hilltv/rising/407440-read-president-trumps-exclusive-interview-with-hilltv/> (дата обращения 09.10.2019).
4. Трамп: Рашагейт – это охота на ведьм и обман (The Hill) [Электронный ресурс]: перевод интервью. 2018. Режим доступа: <http://geo-politica.info/trump-rashageyt--eto-okhota-na-vedm-i-obman-the-hill.html/> (дата обращения 09.10.2019).
5. Бабицкая Л. Б., Хромова Т. В. Учебно-методический комплекс по теории и практике перевода и учебной языковой практике. Минск : МИТСО, 2004. 108 с.
6. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии. Л. : ЛОЛГУ, 1963. 208 с.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ КИНОФИЛЬМОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Е. В. Коротинская, П. А. Садюк

Научный руководитель А. Д. Дудько, кандидат исторических наук, доцент

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

Гродно, Беларусь

e-mails: katya99korotinskaya14@gmail.com; apolinariya2800@gmail.com

В данной статье рассматриваются особенности перевода названий фильмов с английского языка на русский. Актуальность данного исследования и серьезный

научный интерес обусловлен быстрыми темпами развития глобализации, возрастающим интересом к зарубежному кинематографу, а также решением задач этнолингвистического характера. Анализируются переводческие трудности при работе с аудиовизуальным переводом. Выделяются особенности и основные функции, которые выполняет заголовок. Описываются основные приёмы передачи заголовков на русский язык, разбираются наиболее интересные примеры перевода. Делается вывод о важности учета экстралингвистических факторов при осуществлении киноперевода.

Ключевые слова: аудиовизуальный перевод; название кинофильмов; заголовок; переводческие трансформации; деформации; экстралингвистические факторы.

Введение. В наши дни киноиндустрия и телевидение оказывает огромное влияние на общество и массовую культуру в целом. Современный человек не представляет свою жизнь без кинематографа. Каждый день выпускается в прокат огромное количество фильмов и сериалов самых различных жанров и тематик, одни основываются на реальных событиях и фактах, другие создают вымышленный мир, а современные технологии и спецэффекты привносят ещё более невероятные сцены в сюжет. В связи с этим у людей возрастает интерес не только к отечественному кинематографу, но и к зарубежному. Быстрые темпы глобализации благоприятно влияют на распространение зарубежных новинок кино в местные кинотеатры, телевидение, а также на их непосредственную доступность в интернете. Большинство людей отдают предпочтение просмотру американских фильмов, ввиду высоких технологий и захватывающих спецэффектов, используемых в них. Но, в большей степени, потому что люди всегда тянутся к познанию чего-то нового, и именно в фильмах отображаются культурные особенности и местные традиции, которые необычны для нас из-за различия в культурах и менталитете. Таким образом, в нашу жизнь проникают новые идеи и понятия, мы познаём культуру и историю ранее неизвестной для нас страны, а также учимся лучше понимать особенности восприятия и отношения к жизни людей разных национальностей. Всё это передаётся нам через фильмы и сериалы. Следовательно, возрастает потребность в кинопереводе, его всестороннем изучении и анализе.

Перед переводчиком стоит важная цель – он должен быть способен создать такой перевод фильма или сериала, который бы в полной мере оказал на иноязычного зрителя, представителя другой культуры, такое же эмоциональное и психологическое воздействие, как и на зрителей той страны, в которой был создан тот или иной кинопродукт. Перевод фильмов вызывает ряд трудностей у переводчиков, поскольку, помимо текста, имеется ещё и ряд экстралингвистических факторов, которые являются

ключевыми для его понимания и воспроизведения. Данный вид перевода следует отнести к аудиовизуальному переводу, особенностью которого является передача содержания через слуховые и зрительные каналы, так как слова и звуки должны соответствовать визуальному ряду. Именно с учётом всех лингвистических и технологических особенностей, переводчику удастся достигнуть адекватного и эквивалентного перевода.

Основная часть. Данная исследовательская работа посвящена особенностям перевода названий кинофильмов. Так как, в первую очередь, внимание человека всегда обращено к заглавию фильма, при виде которого у него возникает примерная картина того, какой сюжет или жанр будет у данной киноленты. Таким образом, судьба фильма непосредственно зависит от переводчика, вследствие чего важно исследовать данную переводческую проблему.

Заголовок в силу своих особенностей выполняет ряд важных функций. Во-первых, благодаря своим структурно-семантическим свойствам, заглавие в полной мере даёт представление о концепте всего фильма, тем самым прямо или косвенно отражая авторский замысел. Во-вторых, смысловое содержание заглавия раскрывается зрителем ретроспективно по ходу просмотра фильма, следовательно, полное осмысление содержания заглавия зрителем достигается лишь после просмотра. Здесь зачастую и возникают трудности у переводчика, так как для того, чтобы предоставить и подготовить фильм к релизу сроком в полгода или к его непосредственному афишированию, переводчик имеет лишь краткое описание сюжета, при этом никакой дополнительной информации или общего представления о фильме он не имеет. В-третьих, заголовок обладает рекламной функцией. Поэтому от переводчика требуется любыми возможными способами привлечь внимание и заинтриговать зрителей, и для достижения этой цели, ему приходится прибегать порой к серьёзным корректировкам и изменениям.

В нашей работе мы проанализировали 100 названий фильмов и их переводы с английского языка на русский. При переводе названий кинофильмов переводчик прибегает к различным лексическим и грамматическим трансформациям, а также к деформациям. Для достижения адекватности перевода, помимо переводческих трансформаций, создаются также адаптированный и приближенный переводы. К сожалению, мы не всегда можем найти точные аналоги перевода в другом языке, особенно если фильм основан на исторических событиях, которые тем или иным образом повлияли на культуру народа и способствовали появлению в другом языке понятий и выражений, свойственных и понятных лишь этому эт-

ническому сообществу. Поэтому в таких случаях переводчик применяет описательный или вольный перевод.

В сравнении с переводом научных текстов, научных статей, технической литературы, где вольный перевод недопустим, при переводе названий фильмов у переводчиков гораздо больше свободы творчества, поскольку их основная задача – создать такой заголовок, который бы максимально привлек внимание зрителей, а также чтобы целевая аудитория смогла в рамках своих реалий понять общий смысл данного заголовка.

Из проведенного нами исследования было выявлено, что при переводе названий кинофильмов переводчики чаще всего применяют метод деформации. Под деформацией понимается искажение какого-либо параметра текста оригинала, что ведет к переводческой потере. Наиболее распространенными видами деформации являются добавление и опущение [1, с. 304].

Нижеприведенные примеры наиболее ярко и интересно, на наш взгляд, демонстрируют различные подходы переводчиков к переводу названий фильмов.

«*The Heart Is Deceitful Above All Things*», в русском переводе «Цыпочки». Этот фильм является адаптацией книги американской писательницы Лоры Альберт, был снят в Италии и сохранил в итальянском прокате оригинальное название книги. Название книги – это цитата из библейской книги пророка Иереми: *The Heart Is Deceitful Above All Things* ('Лукаво сердце человеческое более всего...'). Русские переводчики назвали ленту 'Цыпочки', что можно посчитать очень оскорбительным, т. к. в фильме рассказывается о матери-наркоманке, которая одевает своего сына в одежду для девочек, мальчик в свою очередь пытается подражать матери.

«*World War Z*» – «Война миров Z». «*World War Z*» переводится как «Мировая война Z», где Z – зомби. Вкупе с сюжетом о зомби апокалипсисе, получилось бы созвучно и логично. Но переводчики, переиграв название, и, скорее всего, сделав отсылку на фильм Герберта Уэллса «Война миров», разрушили логику.

«*Now You See Me*» – «Иллюзия обмана». Главной фразой фильма, которая встречается несколько раз, является «Чем больше вы смотрите, тем меньше вы видите». И оригинальное название «Теперь ты меня видишь» очень с ней перекликается. Переводчики, используя способ деформации, выбрали заголовок, который никак не связан с оригинальным названием.

«*Silver Lining Playbook*» – «Мой парень – псих». Название фильма является собой тонкую игру слов. Оно основано на поговорке *Every cloud has*

a silver lining, что переводится как 'нет худа без добра'. Слово *playbook* в русском языке имеет два значения: 1) сборник пьес; 2) схема игры. Главный герой, пробыв в психиатрической больнице пару месяцев и вернувшись домой, хочет помириться со своей бывшей супругой, к которой ему запрещено приближаться, но он знакомится с взбалмошной девушкой. Также герой и его отец зарабатывают на жизнь ставками на спорт. Получается, что название фильма, включающее несколько смыслов, раскрывает сюжет фильма со всех сторон.

Из 100 проанализированных названий фильмов и их переводов, 80% переводов не соответствуют оригиналу. Можно сделать вывод, что деформация является наиболее часто применяемым способом перевода, который позволяет наиболее точно передать содержание фильма представителям другой культуры.

Заключение. Таким образом, переводчику кинофильмов нужно обладать большим багажом фоновых знаний не только в области своей культуры, но и культуры переводящего языка. Нередки случаи, когда приходится полагаться на собственную интуицию, подходить к процессу перевода творчески, однако не стоит бросаться из крайности в крайность. Стоит отметить, что не существует единого алгоритма работы при аудиовизуальном переводе, так что всегда нужно подходить к процессу индивидуально и стремиться искать наиболее оптимальное переводческое решение.

Библиографические ссылки

1. Исаева А. Ю. Переводческие трансформации и деформации в процессе перевода газетного заголовка (на материале английского и русского языков) // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2014. №5. С. 302-312.

СУБСТАНДАРТНАЯ ЛЕКСИКА В ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМАХ: ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА

М. Е. Кошкина

Научный руководитель В. Г. Минина, кандидат филологических наук, доцент

Минский государственный лингвистический университет

Минск, Беларусь

e-mail: koshkina666666@mail.ru

Статья посвящена особенностям перевода и функционированию субстандартной лексики в англоязычных художественных фильмах. В статье рассматриваются понятие, функции и способы перевода субстандартной лексики. Материалом для исследования послужили современные англоязычные фильмы различного