

**И. Милевич**

*кандидат филологических наук, Колледж Альберта*

**Inga Milevica**

*Candidate of Philology, Alberta College*

**Переводы названий американских художественных фильмов:  
границы лингвокреативности  
(на материале русских и латышских переводов)**

**Translations of American feature film titles: limits of linguistic creativity  
(based on Russian and Latvian translations)**

*Ключевые слова:* аудиовизуальный перевод; название; художественный фильм; прецедентность; жанр.

*Key words:* audiovisual translation; title; feature film; precedent; genre.

Почему название художественного фильма «Music and lyrics» (Marc Lawrence, 2007) по-русски – «С глаз – долой, из чарта – вон!», а по-латышски «Mūzika un vārdi» (буквально «Музыка и слова»), и почему название художественного фильма «Breakfast with Einstein» (Craig Shapiro, 1998) переведено как «Завтрак с Эйнштейном», «Brokastis ar Einšteinu» (буквально «Завтрак с Эйнштейном»)? Чем обусловлено то, что в некоторых случаях в переводах названий художественных фильмов наблюдается более активная лингвокреативность, а в других – нет? В своем докладе я представлю основные результаты сопоставительного исследования переводов художественных фильмов производства США 1991–2020 гг. и их переводов на русский и латышский языки.

Очевидно, что лингвокреативным изменениям в переводе подвергаются не все названия художественных фильмов. Если смотреть на исследуемый материал с точки зрения исключительно лингвистической, то можно сказать, что изменениям реже всего подвергаются однословные названия, образованные моносемантическими существительными, числительными, местоимениями, реже – прилагательными и глаголами. Однако для современного аудиовизуального переводоведения такого взгляда явно недостаточно. Если же на материал смотреть междисциплинарно, то можно увидеть тенденции, которые могут объяснить лингвокреативные изменения в переводных названиях более полно.

Для раскрытия механизмов лингвокреативности при переводе названий художественных фильмов привлекались данные теории коммуникации, маркетинговой коммуникации в области кино, а также

теории кино, в частности, теория жанров. При помощи этих теорий раскрыты главные критерии механизмов лингвокреативности. Один из критериев – жанровая принадлежность фильма, второй – прецедентность. Используя эти критерии появляется более полная и последовательная картина переводов названий художественных фильмов, а также возможность более последовательного анализа аудиовизуальных переводов.

Why the title of the feature film *Music and lyrics* (Marc Lawrence, 2007) in Russian is *С глаз – долой, из чарта – вон!* (*Out of sight, out of chart!*), and in Latvian – *Mūzika un vārdi* (literally *Music and lyrics*), and why is the title of the feature film *Breakfast with Einstein* (Craig Shapiro, 1998) translated as *Завтрак с Эйнштейном*, *Brokastis ar Einšteinu* (lit. *Breakfast with Einstein*). What is the reason for the fact that in some cases the linguistic creativity in translation of feature film titles is observed more actively, while in others it is not? In my report, I will present the main results of a comparative study of translations of feature films produced in the USA from 1991–2020. and their translations into Russian and Latvian.

Obviously, not all feature film titles are affected by linguistic creativity changes in translations. If we look at the study material from an exclusively linguistic point of view, then we can say that one-word titles formed by monosemantic nouns, numerals, pronouns, less often adjectives and verbs, are affected by changes less often. However, for the modern audiovisual translation studies, such point of view is clearly not enough. If you look at the material interdisciplinary, then you can see trends that can explain the linguistic creativity changes in translated titles more fully.

To reveal the mechanisms of linguistic creativity when translating the feature film titles, the data from the theory of communication, marketing communication in the field of cinema and the theory of cinema, in particular, the theory of genres, were used. These theories help to reveal the main criteria of the mechanisms of linguistic creativity. One of the criteria is the genre of the film, the second is the precedent. These criteria create a more complete and more consistent picture of translations of feature film titles, and also reveal the possibility of a more consistent analysis of audiovisual translations.