

КРИТЕРИИ ВАРИАТИВНОСТИ В ПЕРЕВОДЕ НАЗВАНИЙ КИНОФИЛЬМОВ

Е. И. Цимбалиста

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, tsymbalistaEI@bsu.by*

В статье рассматриваются проблемы перевода названий кинофильмов с английского языка на русский, которые оказывают существенное влияние на восприятие кинолент зрителями. Автор анализирует распространенные ошибки и классифицирует их на пять основных категорий. На конкретных примерах демонстрируются недостатки и неточности, возникающие при адаптации названий для русскоязычной аудитории, а также подчеркивается важность учета культурного контекста и режиссерского замысла для достижения адекватного и эффективного перевода. В заключении автор подчеркивает необходимость тщательного подхода к переводу названий фильмов, чтобы обеспечить их соответствие содержанию, запоминаемость и положительное восприятие зрителями.

Ключевые слова: эквивалентность перевода; культурный контекст; восприятие; ошибки перевода; киноиндустрия; режиссерский замысел; название фильма.

VARIABILITY CRITERIA IN THE TRANSLATION OF FILM TITLES

Е. И. Tsymbalista

*Belarusian State University,
4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus, tsymbalistaEI@bsu.by*

The article discusses the problems of translating movie titles from English into Russian, which have a significant impact on the perception of films by the audience. The author analyzes common errors and classifies them into five main categories. Concrete examples demonstrate the shortcomings and inaccuracies that arise when adapting titles for a Russian-speaking audience, and also emphasize the importance of taking into account the cultural context and director's intention to achieve an adequate and effective translation. In conclusion, the author emphasizes the need for a careful approach to the translation of film titles to ensure their compliance with the content, memorability and positive perception of the audience.

Keywords: translation equivalence; cultural context; perception; translation errors; the film industry; director's intention; movie title.

Современное состояние человечества характеризуется многими проблемными моментами, связанными, прежде всего, с глобализацией человеческой деятельности. Глубокие принципиальные изменения произошли практически во всех сферах жизнедеятельности человека. В связи с этим на современное искусство, в частности кинематограф, возлагается большая ответственность в формировании нового восприятия действительности, развитии культурных ценностей и сохранении духовных традиций прошлого.

Актуальность данной проблемы определяется также и тем, что в настоящее время кино- и видеопродукция приобретает все большую популярность среди людей всех возрастов. Киноиндустрия занимает существенное место в комплексе социальных коммуникаций не только индустриально развитых, но и развивающихся стран. Пользуясь современными техническими достижениями, мы можем смотреть фильмы разных режиссеров, разных стран и на разных языках, как с переводом, так и без него, соответственно обогащая свое мировоззрение посредством диалога культур.

В своей профессиональной деятельности, связанной с обучением студентов английскому языку, мы часто прибегаем к просмотру в аудитории кинофильмов. Это обусловлено тем, что кинематография рассматривается нами не только как развлекательное средство, но и как эффективный инструмент для стимулирования коммуникации студентов на английском языке.

В следствии того, что производство кинофильмов на западе поставлено на поток и переросло в киноиндустрию, переводчики не всегда уделяют достаточно внимания и сил на качественный перевод и дубляж. Недочеты в переводе названий фильмов в дальнейшем влияют на популярность кинолент. Здесь же можно добавить и тот факт психологического исследования, что около восьмидесяти процентов читателей газет и журналов уделяют особое внимание заголовкам. А в кинематографии зритель по названию фильма определяет свое отношение к киноленте и принимает решение о дальнейшем просмотре [1, с. 34].

Успешный и качественный перевод названия фильма влияет на его популярность и положительное восприятие аудиторией киноманов, а также увеличивает доходы от проката. Создатели кинолент стремятся присваивать своим произведениям краткие и запоминающиеся названия, для того чтобы заинтересовать как можно большее количество зрителей. При этом, название должно быть понятным по сути и запоминающимся по своей форме.

Указывать на недостатки в переводе фильмов и видео довольно просто, но не всегда оправдано. Практически в каждом переведенном кинопроекте, особенно среди последних релизов, можно бесконечно перечислять смысловые и стилистические ошибки. Однако для зрителей, владеющих родным языком (здесь не всегда имеются в виду профессиональные переводчики), содержание телепроекта, как правило, становится понятным, в то время как другая часть аудитории не проявляет интереса к переводу названия фильма, главное, чтобы общая сюжетная линия была ясна. Тем не менее, на примере переводов названий с английского на русский можно изучить типичные трудности и соответствующие недочеты.

В общем, погрешности и недостатки в процессе перевода названий кинофильмов можно систематизировать на пять основных категорий. Первая категория включает ошибки, обусловленные тем, что переводчик не произвел дополнительного обращения к словарю и не усвоил смысл слова или идиоматического выражения, составляющего название. Также в эту группу можно отнести ситуации, когда очевидная игра слов не была адекватно отражена в переводе, а также случаи, связанные с транскрипционными преобразованиями.

Ошибки второй категории возникают в ситуациях, когда переводчик не идентифицирует аллюзии, заключенные в названии, которые могут представлять собой элементы пословицы, крылатого выражения или, к примеру, намека, знакомого носителю исходной языковой культуры, но лишенного смыслового содержания для русскоязычного зрителя. Перевод такого названия в виде простой фразы зачастую приводит к утрате связей между ним и другими текстами, формирующими культурный контекст исходного языка. В свою очередь это ведет к снижению важности перевода и его выразительности внутри целевой языковой системы.

К ошибкам третьего рода относятся разнообразные стилистические несоответствия между исходным и переводным названием киноленты. В рамках данной категории целесообразно также анализировать нарушения языковых норм и употребительных стандартов русского языка в процессе переводческой деятельности.

Четвертая категория, потенциально обладающая некоторой субъективностью, связана с фонетическими характеристиками и удобством артикуляции переводных наименований. Название фильма должно демонстрировать выразительность и определенную афористичность, что способствует его запоминанию зрителями и превращению в яркий ментальный маркер. Для достижения данного эффекта необходимо учитывать как благозвучие, так и адекватное ритмическое оформление.

Необходимо учитывать и тот факт, что название, которое может не ограничиваться только фильмом, должно находиться в соответствии с текстом (а в рассматриваемом случае также и с визуальным рядом), который оно предшествует. Вышеуказанное требование составляет основополагающий принцип пятого критерия предложенной классификации [2, с. 30].

Ошибки первой категории, относящиеся к «словарным» интерпретациям, можно проиллюстрировать на примере фильма *«American Beauty»* («Красота по-американски»). Официальный перевод под сомнением из-за его адекватности по отношению к концептуальной идее произведения, которая находит свое выражение в символике красных лепестков роз. Кроме того, персонажи женского пола, представленные в фильме, могут быть квалифицированы как «американские красавицы», по крайней мере, с позиции их почитателей. Американская аудитория, интерпретируя название вышеуказанной киноленты, однозначно акцентирует внимание на образе роз, что свидетельствует о явной предвзятости в восприятии.

Фильм *«Stage Beauty»*, вышедший в 2004 г., в российском кинопрокате получил название «Красота по-американски», что является ярким примером того, как некорректный перевод может служить основой для создания новых интерпретаций. Сюжетная линия повествует о том, как английский монарх Карл II вводит запрет на исполнение женских ролей актерами мужского пола в театре. В результате сложившихся обстоятельств протагонист, обладающий большим талантом, бисексуал по своей сути, оказывается безработным и ему предстоит заново определить свое место на сцене, но уже в облике мужчины. Альтернативный перевод названия мог бы звучать как «Звезда подмостков», что было бы более уместным, нежели создание искусственной связи между английским театром XVII в. и Америкой современности.

Рассмотрим другой хрестоматийный прецедент, иллюстрирующий перевод названия с английского языка на русский и принадлежащий к вышеуказанной категории, а именно фильм «*The Faculty*» («Факультет»). В рамках сюжета персонажи картины обучаются в образовательном учреждении, где концепция факультета отсутствует; в английском языке термин «*students*» соответствует русскому «учащиеся». Лексема «*faculty*» может также обозначать педагогический коллектив данного образовательного учреждения, что в контексте фильма становится актуальным, поскольку в педагогов вселяются инопланетные существа. Вероятно, создатели русскоязычной версии перевода исходили из гипотезы, что название «Учителя» имело бы меньшую привлекательность для потенциальной аудитории.

К примеру, нестандартный вариант перевода «*Someone Like You*» («Флирт со зверем»), который без особых трудностей передается на русский язык как «Такой же как ты» или «Кто-то, вроде тебя», был оценен переводчиками как недостаточно привлекательный с точки зрения коммерческого проката, что в дальнейшем привело к его замене на более эффектный и запоминающийся вариант.

В современном киноиндустрии существуют жанровые направления, тесно связанные с определенными кинематографистами, что нередко проявляется в практике включения их имен в названия фильмов, например, в американском прокате используется название «*George Romero's Land of the Dead*» («Земля мертвых»). В исходной англоязычной версии название фильма формулируется как «*Land of the Dead by George Romero*», подчеркивая авторскую принадлежность. Говоря о российском кинопрокате, следует отметить, меньшее распространение подобных ассоциаций.

Перевод названия кинематографического произведения «*The Village*» (в русском прокате – «Таинственный лес») является примером лингвистической адаптации, отражающей стратегию локализации контента для различных аудиторий. В Соединенных Штатах фильм был представлен под оригинальным названием «Деревня Найта Шьямалана», которое подчеркивало концепцию уединенной и загадочной деревни, характерной для сюжета. В российской прокатной практике название было изменено на «Таинственный лес», что, по мнению специалистов, обусловлено культурными ассоциациями, более характерными для российской аудитории, где слово «деревня» зачастую ассоциируется с пьянством и сельской грубостью, а не с мистическими или таинственными элементами.

Также не совсем ясно, чем название фильма «Стильная штучка» (*Sweet Home Alabama*) превосходит по информационной емкости русскоязычный аналог «Дом родной Алабама», а также чем название «Любовь по правилам... и без» (*Something's Gotta Give*) отличается от вышеобозначенного варианта своей смысловой насыщенностью. В частности, российский прокатный перевод последнего фильма является бессмысленным с точки зрения смыслового содержания, поскольку оригинальное название представляет собой цитату из песни. Русскоязычный перевод данного выражения передает идею необходимости жертвовать или уступать в чем-либо. В контексте картины главный герой, Джек Николсон, вынужден сделать выбор между возникшим чувством к зрелой женщине и постоянным соблазном, исходящим от молодых девушек.

Еще одним интересным примером переводческой стратегии является кинолента «Последнее дело Ламарки» (*City by the Sea*), где наблюдается идея персонификации названия, при которой звезда, выступающая в роли протагониста, становится ключевым элементом рекламной кампании. Изображение Роберта Де Ниро на киноафише превосходит по значению саму концепцию фильма «Город у моря». В то же время, название «Последнее дело Ламарки» само по себе создает ожидания некой захватывающей или загадочной истории: в образе главного героя – полицейского, которого исполняет Роберт Де Ниро, возникает необходимость разрешить важную, возможно, чужую проблему, несмотря на то, что на данном этапе его профессиональная деятельность этому уже не соответствует. Такой актерский типаж и обстоятельства персонажа идеально сочетаются с профессиональным амплуа Де Ниро и позволяют ему реализовать данную роль наиболее убедительно [3, с. 68].

В заключительной части стоит подчеркнуть значение эквивалентности перевода названия фильма. Идеально, если она отражает суть картины, становясь ключевым ориентиром для зрителя во время просмотра. Крайне необычным выглядит название, которое невозможно понять даже после полного просмотра кинопроизведения, что вызывает у зрителя ощущение растерянности и мешает ясному восприятию содержания. Данная проблема особенно актуальна в случае перевода с иностранного языка, поскольку возникают сложности в передаче оригинального смысла. Поэтому профессиональный переводчик должен учитывать все нюансы при выборе стратегии перевода, проявлять осторожность и внимательность, владеть различными техниками перевода, использовать творческий подход и стараться максимально сохранить первоначальный смысл названия. В результате важно стремиться к тому, чтобы перевод максимально близко соответствовал оригиналу, сохраняя его смысл и ассоциации.

Библиографический список

1. 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 : Бурят. гос. ун-т, 2009. – С. 32–45.
2. Милевич, И. Г. Перевод названий художественных фильмов: коммуникативные практики / И. Г. Милевич // Перевод и сопоставительная лингвистика. – 2012. – № 8. – С. 29–32.
3. Васильев, А. Д. Слово в телеэфире: очерки новейшего словоупотребления в российском телевещании / А. Д. Васильев. – Красноярск, 2000. – 92 с.