

**Е. А. ЕНИНА**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

## **ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ ФИЛЬМОВ**

Прагматическая функция языка изучает практическую функцию языка, язык в данном случае служит для человека не только средством общения и познания, но и средством практического воздействия на мир. Прагматическая функция тесно связана с его познавательной функцией. Сначала с помощью языка человек познает мир, а затем его преобразует. Прагматическая функция при переводе названий фильмов очень важна, ведь художественный фильм – не только культурный феномен, отражающий социокультурные приоритеты общества, но и способ формирования картины мира, как отдельной личности, так и лингвокультурного общества в целом.

Перевод кинофильмов – весьма важная в наше время и в нашей стране отрасль творческого и коммерческого перевода. Актуальность данной темы заключается в том, что в современном кинематографе очень большое влияние и распространённость имеют именно фильмы зарубежного производства. Не секрет, что правильно переведенное название фильма может повлиять на представление зрителя о предстоящем просмотре фильма. Следует отметить, что довольно часто невозможно буквально или дословно перевести название, не теряя краткости, емкости или смысла.

Анализ переведенных названий фильмов позволяет выявить три стратегии, к которым прибегают переводчики, работая с названиями фильмов.

Первая стратегия основана на калькировании [1, с. 112], т.е. на прямом переводе англоязычных названий фильмов на русский язык. В основном, такой стратегии подвергаются названия фильмов, где отсутствуют неперебиваемые инокультурные компоненты (экзотизмы и т. п.) и нет конфликта формы и содержания [2, с. 67]: «*Wrath of the Titans*» – ‘Гнев Титанов’ (2012), «*Supernatural*» – ‘Сверхъестественное’ (2005), «*The Butterfly Effect*» – ‘Эффект бабочки’ (2004), «*28 Days Later*» – ‘28 дней спустя’ (2002).

Ко второй стратегии мы относим такие приемы перевода, как транслитерация (воспроизведение по буквам) и транскрипция (воспроизведение по звукам) имен собственных [3, с. 92]: Таким способом переведены следующие названия фильмов: «*Avatar*» – ‘Аватар’ (2009), «*Avalon*» – ‘Авалон’ (2001), «*Pearl Harbor*» – ‘Перл Харбор’ (2001), «*John Carter*» – ‘Джон Картер’ (2012), «*Gladiator*» – ‘Гладиатор’ (2000). В

настоящее время транскрипция считается ведущей и переплетается с элементами транслитерации.

Третью стратегию можно определить, как трансформация названия, которая делится на следующие критерии:

1. Добавление.
2. Опущение.
3. Замена.

Итак, трансформация – преобразования, с помощью которых можно осуществить переход от единиц оригинала к единицам перевода, т.е. добавлять, опускать и заменять слова в заголовке. [4, с. 68]:

1. Добавление. Название комедии о младшем сыне дьявола «*Little Nicky*» – переведено с добавлением лексического элемента ‘Ники, дьявол-младший’ (2000). Отдельные фразы дополняются к оригинальному названию, чтобы фильм пользовался большим успехом в прокате. Классический пример: «*17 Again*» – ‘*Папе снова 17*’ (2009), американская кинокомедия режиссёра Бера Стирса о попытке исправить ошибки молодости. Основная его идея – перевоплощение, когда герой, проснувшись утром, становится другим человеком. В названии было добавлено слово «папе», что принесло фильму более глубокий смысл. Данная же стратегия характерна при переводе заголовка «*Vacancy*» (2007) – ‘*Вакансия на жертву*’. Жанр этого фильма – триллер, потому такой перевод можно считать вполне адекватным, к тому же для среднестатистического зрителя слово «вакансия» ассоциируется с работой.

2. Опущение. Наряду с добавлениями переводчики практикуют прием опущения, например, «*Three Burials of Melquiades Estrada*» в российском прокате получило название ‘*Три могилы*’ (2005). Это оправдано, потому что из-за имени Мельхиадес Эстрада название стало бы очень грузным, неудобно читаемым. Если для англоязычного зрителя – это вполне приемлемое название, то для российского зрителя – это ни о чем не говорящее иностранное имя, которое лишь затрудняет восприятие названия. «*Bulletproof monk*» – «*Пуленепробиваемый монах*» (2003) – был переведен просто как ‘Пуленепробиваемый’, чтобы не смущать никого непонятным “монахом”. «*George Romeo's land of the dead*» – ‘*Земля мертвых*’ (2005). Так, в оригинале будет ‘*Земля мертвых Джорджа Ромео*’. Есть в современном кино жанры, которые настолько сильно ассоциируются с конкретными режиссерами, что американские прокатчики стали добавлять имена этих режиссеров в название картины. А при переводе оно было опущено.

3. Третья стратегия, которой пользуются переводчики – это замена названий фильмов. Например, на одном из форумов приводится следующий пример – заголовок «*The Cinderella Man*» (2005) переведен как ‘*Нокдаун*’.

Жанр этого фильма – драма, экшн. Это история человека, который во время великой депрессии начинает заниматься боксом, чтобы заработать деньги на пропитание себе и своей семье. Выясняется, что у Брэдока – настоящий спортивный талант, который возносит его к вершинам славы. А прошлое бедняка послужило поводом для появления его оригинального прозвища – Золушка. Однако российские переводчики не смогли поставить слово Золушка в мужском роде (Золушкин, Золушкамен), потому им пришлось отказаться от перевода вообще, и найти контекстуальную замену – «Нокдаун». Здесь причиной замены можно считать невозможность передачи внутренней формы англоязычного названия. Следующее название «*Lost*» — ‘*Остаться в живых*’ (2004). Название культового американского телесериала дословно переводится, как «*Пропавшие*» или «*Потерянные*». Перед стартом показа в России руководством «Первого канала» было выбрано название «*Остаться в живых*». Такое решение было продиктовано, с одной стороны, желанием связать сюжет сериала с реалити-шоу «*Последний герой*» (в нем используется песня группы Би-2, припев которой начинается со слов «*Остаться в живых*»), а с другой – придать позитивный смысл, надежду.

Таким образом, прагматические аспекты перевода представляют большой практический интерес, ведь от правильного перевода зависит коммерческий успех того или иного фильма. Выбор стратегии при переводе кинозаголовков зависит от ряда причин, обусловленных как спецификой исходного текста, так и лингвоэтническим барьером, для преодоления которого необходимы прагматическая и жанровая адаптации.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Левицкая, Т.Р. Теория и практика перевода с английского языка на русский / Т.Р. Левицкая, А.М. Фитерман. – М.: Высшая школа, 1963. – 286 с.
2. Милевич, И. Стратегии перевода названий фильмов / И. Милевич // Русский язык за рубежом. – 2007. – № 5. – С. 65 – 71.
3. Виноградов, В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В.С. Виноградов. – М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224с.
4. Паршин, А.В. Теория и практика перевода / А.В. Паршин. – М.: Русский язык, 2000. – 161 с.
5. Малиновский, Б. Проблема значения в примитивных языках / Б. Малиновский // Эпистемология и философские науки. – 2005. – Т.5, №3. – С. 199-213.