

“Lotta gun sounds, Rollie bust down” – Много громких звуков выстрелов, драгоценные часы Ролекс; Lotta – Lot of (Bhad Bhabie – Gucci Flip Flops, 2018).

“I wanna put you into the spotlight” – Я хочу привлечь к тебе внимание (Follow you – Imagine Dragons, 2021).

“Ain’t been out in a while anyway” – Все равно я давно не выходил (Lil Nas X – MONTERO, 2021).

“Lookin’ at the table” – Посмотри на стол (Lil Nas X – MONTERO, 2021).

“I just been fantasizin’, – Я тут нафантазировала себе (Doja Cat– Need to Know, 2021).

Принимая во внимание все вышеизложенное, можно сделать вывод, что перевод песен – достаточно сложный процесс, требующий определенной подготовки и опыта, а также знаний во многих областях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Казакова Т.А. Художественный перевод. Учебное пособие / Т.А. Казакова. – СПб: Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права, 2002. – 113 с.

2. Андрей Беляев, персональный блог, 2014. – URL: <https://stopgame.ru/blogs/topic/56192> (дата обращения: 02.04.2022).

3. Тексты песен. – URL: <https://text-pesni.online> (дата обращения: 02.04.2022).

4. Тексты песен. – URL: <https://text-pesenki.ru> (дата обращения: 03.04.2022).

5. Тексты песен. – Режим доступа. – URL: <https://www.songslyrics.ru/tag/2021/> (дата обращения: 04.04.2022).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И ИСПАНОЯЗЫЧНЫХ КИНОФИЛЬМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Юсупова А.И.

Воронина Е.Б.

Данная статья посвящена сравнительному анализу перевода названий фильмов с английского и испанского языков на русский язык. В статье рассмотрены основополагающие стратегии перевода заглавий кинопроизведений, а также выявлены и сопоставлены наиболее и наименее распространенные стратегии перевода для названий англоязычных и испаноязычных фильмов.

Ключевые слова: фильмоним, стратегия перевода, трансформация, замена, дословный перевод.

This article suggests the comparative analysis of the translation of film titles from English and Spanish into Russian. The article considers the fundamental strategies for translating the titles of films, and also identifies and compares the most and least common strategies for the English-language and Spanish-language films.

Keywords: filmonym, translation strategy, transformation, substitution, literal translation.

На сегодняшний день одной из актуальных сфер для перевода являются кинофильмы и их названия. Именно названия фильмов играют главную роль в их дальнейшем успехе, так как это связано с тем, что, в первую очередь, человек обращает внимание на заглавие произведения. Однако перевод фильмонимов – названия фильмов, через которые обычно передается главная идея кинокартины – не столь однозначен, как может показаться на первый взгляд.

Проблематика перевода состоит в том, что переводчику нужно сохранить уникальный посыл, который задуман в оригинальном названии. Именно фильмонимы выполняют основную функцию, которая заключается в привлечении внимания аудитории. И это становится еще одной важной задачей для переводчика. Более того, при переводе на русский язык нужно учитывать культурные особенности и реалии из-за того, что они могут не совпадать с оригинальными или вообще отсутствовать в нашей стране.

Вследствие этой проблемы становится понятным то, что выбор стратегии перевода является залогом успешного выполнения работы. В основном пользуются классификацией переводческих стратегий, которая выработана Е.Ж. Бальжини-маевой. Типология представлена тремя основными типами, которые являются наиболее распространенными:

1) прямой перевод – метод перевода, при котором переводчик использует оригинальную структуру, тем самым сохраняет лексическую, грамматическую и синтаксическую части идентичные оригиналу; кроме того это один из самых распространенных видов стратегий при переводе названий, в которых есть прецизионная лексика;

2) трансформация – представлена 3 типами стратегий – добавление (для уточнения информации и лучшего понимания используют дополнительные элементы в виде добавочных слов или словосочетаний), опущение (метод противоположный добавлению, который нужен для избавления от ненужных лексических единиц, которые не несут важной информации для восприятия смысла исходного сообщения) и субституция (использование замен грамматических элементов структуры оригинала);

3) полная замена – способ перевода, при котором структура сообщения на ПЯ может полностью отличаться от ИЯ, так как главная цель состоит в том, чтобы название было связано с концепцией соответствующего фильма [1].

Итак, были рассмотрены по 70 примеров заголовков англоязычных и испаноязычных фильмов. После отбора материала был проведен сопоставительный анализ переводческих стратегий, в котором за основу была взята вышеупомянутая систематизация.

При переводе названий фильмов производства США и Великобритании наиболее часто встречалась стратегия прямого перевода. Это связано с тем, что зачастую англоязычные фильмы направлены на зрителей разных стран, поэтому при создании названий фильмов авторы используют такие формулировки, которые будут понятны любому человеку, независимо от его культурной принадлежности. Кроме того дословный перевод оказывается одной из популярных стратегий, потому что чаще всего названия кинофильмов на английском языке выражены несложными формулировками и достаточно простыми грамматическими струк-

турами. Например, *Don't Look Up* (Не смотрите вверх), *Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl* (Пираты Карибского моря: Проклятие Черной жемчужины), *Gangs of New York* (Банды Нью-Йорка), *Fear and Loathing in Las Vegas* (Страх и ненависть в Лас-Вегасе).

Наименее используемой стратегией при переводе англоязычных фильмов является лексико-семантическая трансформация. Данная стратегия применяется не так часто по сравнению с другими из-за того, что в большинстве случаев при переводе необходимо соблюдать установленный регламент, который может ограничивать количество символов в названии. Соответственно название на русском языке должно быть примерно таким же по количеству знаков, то есть не превышать и не уменьшать это количество. Причем среди трансформаций (добавление, опущение, замена) опущение используется наиболее редко. К примеру, *King Arthur: Legend of the Sword* (Меч короля Артура), *Elizabeth: The Golden Age* (Золотой век), *Mamma Mia! Here We Go Again* (Мамма Миа! 2). Трансформация замены же в этой группе является более популярной. Например, *The Imitation Game* (Игра в имитацию), *The Light Between Oceans* (Свет в океане), *The Postcard Killings* (Убийства по открыткам), *Mr. Bean's Holiday* (Мистер Бин на отдыхе).

Если же говорить о фильмах, производителем которых является Испания, то наиболее часто применяемой стратегией тоже оказался дословный перевод. В отличие от англоязычных фильмов, испаноязычные не так популярны за границей. Но они также направлены и на аудиторию Испании, и на аудиторию других стран, вследствие чего для перевода чаще всего используется именно прямой перевод, потому что он является наиболее универсальным для любого языка. Например, *7 días de enero* (Семь дней в январе), *La galerie des monstres* (Галерея монстров), *En la ciudad sin límites* (В городе без границ), *El amor del capitán Brando* (Любовь капитана Брандо).

Наименее встречающейся переводческой стратегией среди испаноязычных фильмонимов является также лексико-семантическая трансформация. Но стоит отметить, что среди всех видов трансформаций самой встречаемой является замена (например, *Canciones de amor en Lolita's Club* – Любовные песни в клубе Лолиты, *Los chicos del puerto* – Портовые ребята, *Los placeres ocultos* – Тайные удовольствия, *Justino, un asesino de la tercera edad* – Хустино: Пенсионер-убийца), затем по убыванию употребления стратегии идет опущение (например, *Días de boda* – Свадьба, *El sueño de una noche de San Juan* – Сон в летнюю ночь, *Nacerse mayor y otros problemas* – Взросление) и после этого добавление (например, *El baile de la Victoria* – Танцовщица и вор, *Н0us3* – Пароль: Хаус, *A golpes* – Бей сильнее).

Для фильмов, снятых на испанском языке стоит добавить то, что в силу того, что эта культура довольно отличается от русской и имеет свои национальные особенности, переводчики во многих случаях прибегают к стратегии перевода, при которой осуществляется полная замена. Например, *El Perro* (По следам беглеца), *Rumbos* (Ночные истории), *Taras* (Маленькие секреты большого города), *Sonatas* (Авантюрист двух миров). Непосредственно полная замена при переводе фильмонимов может обеспечить адекватное и наиболее правильное восприятие реципиентом. Данная стратегия является второй по частоте использования.

Таким образом, сравнивая переводы названий фильмов на испанском и английском языках, можно прийти к выводу, что наиболее часто используемой стратегией для обоих языков оказывается дословный перевод. Несмотря на наличие разных грамматических конструкций в этих языках, эта стратегия самая функциональная в плане использования. Кроме того, дословный перевод является такой распространенной стратегией, потому что отвечает требованию полной передачи сообщения с ИЯ на ПЯ без потери важной информации. Также такой перевод помогает рецепиенту с легкостью воспринимать любой тип информации, заложенный в оригинале.

Наименее востребованной переводческой стратегией можно считать лексико-семантическую трансформацию. Однако в данном случае следует упомянуть одно хоть и не такое значительное, но существенное различие. При переводе названий англоязычных фильмов конструкция опущения применяется наименьшее количество раз, а при переводе названий испаноязычных фильмов наименее часто используемой является стратегия добавления. Трансформация грамматической замены используется в обоих языках одинаково часто, так как в этой группе она располагается на втором месте по количеству использований в обоих языках.

Иными словами, исходя из фактора частоты употребления переводческих стратегий, переводчики опираются на одни и те же способы вне зависимости от иностранного языка (испанский или английский).

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бальжинимаева Е.Ж.* Стратегия перевода названий фильмов / Е.Ж. Бальжинимаева. – URL: <https://refdb.ru/look/3099824.html> (дата обращения: 07.02.2022).
2. *Бархударов Л.С.* Язык и перевод / Л.С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
3. *Витренко А.Г.* О «стратегии перевода» [Текст] / А.Г. Витренко // Вестник МГЛУ. – 2008. – № 536. – С. 3-17.
4. *Горшкова В.Е.* Перевод в кино / В.Е. Горшкова. – Иркутск: ИГЛУ, 2006. – 278 с.
5. *Исмаилова Т.А.* Перевод названий фильмов / Т.А. Исмаилова. // Вестник ВолГУ. – 2017. – 38 с.
6. КиноПоиск. – URL: <https://www.kinopoisk.ru> (дата обращения: 06.02.2022).
7. *Левицкая Т.Р.* Проблемы перевода / Т.Р. Левицкая, А.М. Фитерман. – М.: Международные отношения, 1976. – 217 с.
8. *Милевич И.Г.* Стратегии перевода названий фильмов [Текст] / И.Г. Милевич // Русский язык за рубежом. – 2007. – № 5 (204). – С. 65-71.
9. *Миньяр-Белоручев Р.К.* Теория и методы перевода / Р.К. Миньяр-Белоручев. – М.: Московский лицей, 1996. – 208 с.
10. *Подымова Ю.Н.* Фильмонимы как проблема перевода / Ю.Н. Подымова. – Майкоп, 2004. – 28 с.