

Стилистические эффекты при переводе английских названий фильмов на русский язык

Научный руководитель – Юсупова Седа Мусаевна

Хамидова Таусия Рамзановна

Студент (магистр)

Чеченский государственный университет, Факультет иностранных языков, Грозный,
Россия

E-mail: Dasha.Gauser@mail.ru

Хамидова Таусия Рамзановна

Магистрант

Чеченский государственный университет

г. Грозный, Российская Федерация

E-mail: dasha.gauser@mail.ru

Особенности перевода названий англоязычных фильмов зависят от многих факторов. Выбор стратегии, прежде всего, определяется тем, насколько оригинал понятен и интересен носителю русского языка.

Цель исследования заключается в определении правильности перевода названий кинофильмов с английского на русский язык, с установлением связи между названием фильма и его содержанием.

Методы исследования: В работе были использованы такие методы исследования, как: сравнительный подход, классификация, обобщение, семантический и статистический анализ.

Материалом исследования послужили труды Алимова В. В., Влахова С. И., Флорина С.П, Гуляева, И.В. Исследование основывается на положениях теории текста (Н.Д. Арутюнова, Р. Барт, И.Р. Гальперин, С.И. Гиндин, Е.И. Диброва, Э.В. Дигоева, Т.М. Дридзе, Е.С. Кубрякова, Ю.М. Лотман, З.Я. Тураева и др.).

Результаты исследования показали, что локализация англоязычных названий фильмов не обязательно подразумевает прямой перевод. Дословный перевод не всегда может привлечь внимание аудитории, поэтому переводчикам необходимо прилагать достаточно усилий и фантазии, чтобы каждый фильм выделялся на фоне многочисленных картин и привлекал любителей кинолента.

Требование, чтобы название фильма соответствовало его содержанию, часто грубо нарушается, для привлечения внимания зрителей. Рассмотрим типичные ошибки, возникающие при переводе заголовков англоязычных фильмов, на основе одного из стилистических эффектов оправданных, обманутых или усиленных ожиданий [3].

Название фильма, создающее эффект оправданных ожиданий, вызывает некоторые ассоциации у зрителя до просмотра киноленты и представляет собой слова или выражения, которые характеризуют главных героев фильма, имя героя, род занятий или профессии, текст или выражение места, где происходило действие, и т. д. [4].

Фильм под названием «Maid in Manhattan» («Госпожа горничная») рассказывает историю матери-одиночки, работающей горничной в роскошном отеле на Манхэттене.

Таким образом, ассоциации, связанные с названием киноленты, являются разумными, а название вызывает эффект разумного ожидания.

Эффект обманутого ожидания представляет собой тематические, семантические и структурные ожидания, созданные в первой части фильма, которые образуют резкий конфликт

с содержанием концовки. Например, в начале фильма «TheGoodDoctor»/ «Хороший доктор» речь идет о молодом враче старавшегося произвести впечатление на свое начальство и коллег, но в конце история крутится вокруг болезни врача-аутиста с синдромом Саванта.

Фильм «TheVillage»/ «Таинственный лес» (2004). Сюжет фильма заключается в следующем: вокруг маленькой деревни есть лес, где обитают опасные существа - те, чьи имена мы не называем. Жители деревни не выходят за пределы границ, но однажды молодая слепая девушка идет через лес в город за лекарством, чтобы спасти умирающего парня. В лесу она встречает ужасного монстра, но он умирает упав в яму. Тогда оказывается, что монстров в действительности не существует, старейшины деревни одеваются в них, чтобы запугать молодежь.

Сюжет довольно интересный, но название в данном случае относится только к части фильма, потому что больше времени в фильме посвящено судьбе этой молодой слепой девочки, ее жизни. Жизнь жителей города, устройство села отталкиваются на задний план.

Перевод заголовков фильмов с английского на русский язык - особенное искусство, ведь подобрать подходящую форму, которая должна заинтересовать людей и завлечь их в кинотеатры, крайне сложно. Неудивительно, что творческий перевод стал коммерческим и вполне доходным делом [2].

Таким образом, перевод англоязычных фильмов на русский язык является трудной задачей для переводчика, поскольку он должен учитывать не только национальный колорит оригинального фильма, но и особенности аудитории.

Источники и литература

- 1) Литература 1. Алимов, В. В. Теория перевода. / Алимов В.В.. — М.: Ленанд, 2015. — С. 87 2. Влахов, С. И. Непереводимое в переводе / С.И. Влахов, С.П. Флорин. — М.: Р.Валент, 2018. — С. 123 3. Гуляева, И.В. Практикум по переводу речей и интервью [Электронный ресурс]: учебное пособие по устному переводу/ И.В. Гуляева [и др.].— Электрон.текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016.— С. 40 4. Ковтун И.А. Специфика перевода заглавий фильмов с английского языка на русский [Электронный ресурс]/И.А. Ковтун — Электрон.текстовые данные.— М.: 2018.— С. 25