

ПЕРЕВОД ФИЛЬМОНИМОВ КАК КЛЮЧЕВОЙ АСПЕКТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

А.Л.Гарибян (Минск, МГЛУ)

Статья посвящена проблеме перевода фильмонимов в аспекте их роли в международном продвижении фильмов. Цель исследования – выявить наиболее успешные стратегии перевода, которые позволяют, сохранив смысл оригинального названия, адаптировать его к культурным особенностям целевой аудитории и повысить привлекательность для зарубежных зрителей.

Ключевые слова: *фильмоним; межкультурная коммуникация; функции фильмонима; стратегии перевода.*

FILMONYMS AND THEIR TRANSLATION AS A KEY ASPECT OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

A.L.Garibyan (Minsk, MSLU)

The article analyzes the translation of filmonyms from Russian into English, with a focus on their role in the international promotion of films. The aim of the study is to identify the most successful translation strategies that help preserve the meaning of the original name, adapt it to the cultural peculiarities of the target audience and increase its attractiveness to foreign viewers.

Key words: *filmonym; intercultural communication; translation; functions of filmonym; translation strategies.*

Анализ перевода фильмонимов играет важнейшую роль в продвижении фильмов на международной арене. Важно, чтобы перевод названия фильма не только передавал суть произведения, но и был адаптирован к культурным особенностям целевой аудитории. Неверный перевод может повлиять на восприятие картины, снизить интерес зрителя или привести к искажению смысла, что делает исследование этого аспекта крайне актуальным.

В лингвистическом аспекте фильмонимом принято считать название художественного произведения, которое обобщает его идею, сюжет и смысл [1, с. 25]. Он выполняет множество функций, таких как информативная, рекламная, прагматическая и прогностическая [2, с. 191]. Заголовок фильма привлекает внимание зрителя, формирует ожидания и помогает понять тематику произведения.

Проводимое исследование нацелено на выявление и анализ наиболее успешных стратегий перевода русских фильмонимов на английский язык. Оно основано на изучении методов и стратегий, направленных на сохранение оригинального смысла с учетом культурных особенностей, и адаптацию кинозаголовков для англоязычной аудитории.

Различные подходы к переводу фильмонимов позволяют сохранять их оригинальный смысл и адаптировать к особенностям восприятия зрителя. Основные стратегии перевода названий фильмов включают:

- транслитерацию, т.е. сохранение звучания оригинального названия;
- дословный перевод, который применяется в случае универсальных названий;
- целостное преобразование, позволяющее создать новое название, более понятное для зарубежного зрителя;

- калькирование – точный перевод структуры названия, а также
- контекстуальную замену, при помощи которой название адаптируется с учетом культурного и жанрового контекста.

С учетом обозначенных выше параметров методов и стратегий перевода фильмонимов рассмотрим примеры перевода русскоязычных названий фильмов на английский язык.

Названия фильмов часто содержат культурно специфические элементы, которые сложно передать без потери смысла. Например, название фильма *Я – учитель* было переведено как *Occupied* ‘Оккупированный’, что смещает фокус с профессии главного героя на исторический контекст войны. Это название для англоязычной аудитории подчеркивает драматизм ситуации и делает акцент на условиях оккупации вызывает таким образом значительно больший эмоциональный отклик англоязычного зрителя.

Зачастую адаптация названий направлена на создание понятных зрителям иной культуры ассоциаций. Так, фильмоним *Скиф* был передан средствами английского языка как *The Last Warrior* ‘Последний воин’. Такое название нацелено на акцентирование внимания на индивидуализме и героическом характере главного героя. В русском контексте название *Скиф* отсылает к древнему этносу, а английский перевод делает упор на универсальные мотивы борьбы в эпосе.

Целостное преобразование названия фильма *Легенда о Коловрате* в *Furious* ‘Яростный’ обусловлено необходимостью адаптации к восприятию зарубежной аудитории. Оригинальное название указывает на исторического персонажа, однако для англоязычной аудитории имя Коловрат не несет в себе большой смысловой нагрузки, так как эта фигура не имеет широкой известности за пределами русской культуры. Более того, слово *легенда* в контексте западного кинопроката часто ассоциируется с жанрами фэнтези или мифологии, что могло бы ввести зрителей в заблуждение относительно жанра фильма.

Весьма часто изменения в названии продиктованы маркетинговыми соображениями. Например, фильмоним *Подольские курсанты* был переведены как *The Final Stand* ‘Последняя битва’ с тем, чтобы подчеркнуть драматичность сюжета. Очевидно, что это было предпринято с целью увеличить привлекательность фильма для международной аудитории, не знакомой с историческим контекстом оригинального названия.

Таким образом, перевод фильмонимов является сложным процессом, базирующимся на совокупности лингвистических, культурологических и коммерческих факторов. Именно учет всех этих факторов позволяет создать название, способное сохранить связь с содержанием фильма, привлечь зрителей и обеспечить успешное продвижение на международном рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Подымова Ю.Н. Названия фильмов в структурно-семантическом и функционально-прагматическом аспектах : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Майкоп, 2006. – 25 с.
2. Кныш, Е.В. Лингвистический анализ наименований кинофильмов в русском языке: дис. ... канд. филол. наук. / Е. В. Кныш. – Одесса, 1992. – С. 189-192.