

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НАЗВАНИЙ ФИЛЬМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Шашиуро К.А.,

*ст. 1 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Дулова Ю.В., ст. преподаватель*

В современном мире на фоне глобализации и межкультурного взаимодействия роль переводчиков приобретает стратегическое значение. Их важнейшая миссия не ограничивается лишь передачей слов, но и раскрывает глубину межъязыкового и межкультурного понимания. В данном контексте переводчики выступают в качестве моста, обеспечивающего эффективное общение между различными языковыми и культурными сферами, способствуя тем самым гармонии и взаимопониманию в многообразном мировом сообществе. Несмотря на появление научных трудов, посвященных анализу названий фильмов и особенностям их перевода на разные языки (О.И. Александрова [1], Е.В. Кныш [2], Ю.Н. Подымова [3]), данная тема остается актуальной и требует дальнейших исследований.

Цель статьи – выявить особенности перевода англоязычных названий фильмов на русский язык.

Материал и методы. Материалом исследования послужили англоязычные названия фильмов, а также их перевод, под которым фильмы выходили на экран в русскоязычном пространстве. Для достижения поставленной цели были использованы методы: описательный, сравнительно-сопоставительный.

Результаты и их обсуждение. Название любого произведения служит как для привлечения внимания, так и для информирования реципиента о его теме и идее. Перед переводчиком стоит важная задача: создание не только яркого, запоминающего названия, учитывающего национально-культурную специфику аудитории, но и сохранение связи с содержанием фильма.

Перевод англоязычных названий фильмов на русский язык включает в себя следующие особенности:

1. *Передача названия в соответствии с лингвистической и культурной спецификой русскоязычной аудитории.*

Русскоязычная и англоязычная аудитории обладают различиями не только в языке, но и в культурных предпочтениях, ценностях и общественных нормах. Культурные особенности могут существенно влиять на восприятие контента. Например, различия в истории, традициях и социальных нормах могут требовать адаптации контента при переводе, в том числе и названий фильмов. Аудитории также могут различаться в своих эстетических вкусах, в предпочтениях к стилям юмора и драматическим элементам. Поэтому в процессе перевода фильмов учитываются культурные нюансы, чтобы сделать контент близким и понятным для конкретной аудитории. Социальные, политические и исторические контексты также влияют на восприятие фильмов. Англоязычная аудитория, например, может лучше воспринимать отсылки к своей истории или современным событиям, чем русскоязычная. Например, перевод названия фильма «*Крепкий орешек*» (оригинальное название «*Die Hard*») мог основываться на

игре слов, где «крепкий орешек» может ассоциироваться с труднорешаемой задачей или сложной ситуацией, что соответствует жанру боевика. Переводчики, учитывая культурные особенности и контекст, стараются создать название, которое было бы понятным и привлекательным для русскоязычной аудитории, сохраняя при этом некоторую игру слов и метафорический смысл оригинала. Таким образом, культурные различия играют ключевую роль в восприятии контента, и переводчики стремятся учесть эти нюансы для эффективного взаимодействия с каждой из аудиторий.

2. *Необходимость подвергать изменениям названия фильмов с учетом трендов, вкусов, а также маркетинговых стратегий с целью привлечь внимание целевой аудитории.*

В области художественного перевода названий фильмов маркетинговые стратегии играют важную роль в создании привлекательных и запоминающихся заголовков для аудитории. Рассмотрим несколько примеров фильмов, названия которых были переведены с учетом маркетинговых стратегий:

«*The Dark Knight*» – «*Темный рыцарь*»: сохранение заглавия с использованием стилистического эффекта, который подчеркивает драматичность и серьезность фильма.

«*Inception*» – «*Начало*»: выбор слова «Начало» может подразумевать загадку и внедрение в новую реальность, что соответствует теме фильма.

«*Eternal Sunshine of the Spotless Mind*» – «*Вечное сияние чистого разума*»: романтическое и философское название, подчеркивающее тему вечной любви.

«*Dead Poets Society*» – «*Общество мертвых поэтов*»: название, привлекающее внимание и вызывающее интерес к теме креативности и свободы мысли.

В приведенных случаях переводы учитывают не только смысл оригинала, но и стремятся создать маркетинговый эффект, привлекая внимание аудитории и подчеркивая ключевые аспекты фильмов. Маркетинговые стратегии в художественных переводах направлены на создание уникального образа фильма и его успешное позиционирование на рынке, учитывая локальные особенности и вкусы аудитории.

Перевод названий фильмов – это творческий процесс, и методы могут различаться в зависимости от целей, аудитории и культурных особенностей. В собранном материале были выявлены следующие подходы к передаче названий:

- буквальный перевод: «*Schindler's List*» – «*Список Шиндлера*»;
- транслитерация: «*Interstellar*» – «*Интерстеллар*»;
- перевод с акцентом на смысл (сохранение смысла, но с учетом культурных особенностей и привлекательности): «*Lost in translation*» – «*Трудности перевода*»;
- игра слов (использование аналогичной игры слов или фразы с помощью средств переводного языка): «*Die Hard*» – «*Крепкий орешек*»;
- адаптация названия в соответствии с ожиданиями аудитории: «*The Hangover*» – «*Мальчишник в Вегасе*».

Выбор подхода к передаче названия фильма зависит от контекста и целевой аудитории, при этом название должно сохранять общий смысл и эмоциональное воздействие.

Заключение. Таким образом, исследование особенностей перевода названий англоязычных фильмов на русский язык выявляет сложность и важность данного процесса. Переводчики сталкиваются с задачей не только передачи лингвистического содержания, но и сохранения эмоциональной окраски и культурных особенностей оригинала. Существует необходимость тщательного выбора переводческих стратегий, адаптации для целевой аудитории и учета маркетинговых аспектов для успешной коммуникации с русскоязычным зрителем. Важно осознавать, что перевод не только передает отдельные языковые единицы и их значения, но и формирует восприятие и взаимодействие с культурой, делая фильм доступным и привлекательным для широкой аудитории.

Литература

1. Александрова, О. И. Оригинальные переводные названия кинофильмов как особые функциональные единицы / О. И. Александрова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2017. – Т. 8. – № 4. – С. 1191–1199.
2. Кныш, Е. В. Лингвистический анализ наименований кинофильмов в русском языке : дис... канд. филол. наук: 10.02.01 / Е. В. Кныш. – Одесса, 1992. – 191 с.
3. Подымова, Ю. Н. Названия фильмов в структурно-семантическом и функционально-прагматическом аспектах : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Ю. Н. Подымова. – Майкоп, 2006. – 26 с.

АНАЛИЗ КОМПОНЕНТОВ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ УЧАЩИХСЯ КАК УСЛОВИЕ УСПЕШНОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Швед Д.А.,

*ст. 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Бобылева Л.И., канд. пед. наук, доцент*

Появление современных технологий обучения иностранным языкам обусловлено эволюционным процессом, вызванным сменой приоритетов с усвоения готовых знаний в ходе аудиторных занятий на самостоятельную активную познавательную деятельность каждого обучающегося с учетом его особенностей и возможностей. Важным звеном в организации самостоятельной работы является знание ее компонентов, которое необходимо для соблюдения этапов ее проведения.

Целью нашего исследования является изучение условий повышения эффективности самостоятельной работы учащихся по иностранному языку на основе анализа ее компонентов и разработка практических рекомендаций.

Материал и методы. В процессе работы использовались следующие методы исследования: обзор литературы по теме и ее критический анализ (работы Н.Д. Гальсковой, З.И. Клычниковой, Т.П. Леонтьевой, А.Р. Марковой и др.), научно фиксируемое наблюдение за учебным процессом в гимназиях № 1 и 2 г. Витебска, беседы с учителями указанных выше учебных заведений.

Результаты и обсуждение. Для эффективной организации самостоятельной учебно-познавательной деятельности следует учитывать три ее компонента: социальный, метакогнитивный и когнитивный.