**Стратегии перевода названий фильмов.**

**Биба В.А., Королёва А.В.,** *ЯФ МФЮА*

*Научный руководитель: Грачёва Ю.В.*

Перевод названия фильма – это отдельная переводческая проблема. Сколько горячих споров возникает по поводу названий фильмов, которые перевели с английского или другого иностранного языка!!! Во многих случаях эти названия и переводом назвать нельзя, а так сказать свободной трактовкой или полной адаптацией. Давайте разберемся, что же происходит с названиями иностранных фильмов при переводе.

Название фильма несет определенную функцию сжатия смысла всего фильма в короткую фразу. Кроме всего прочего, эта фраза должна давать представление читателю о жанре фильма, намекать на содержание, привлекать внимание, в конце концов. Переводчик должен учитывать эти функции названия и руководствоваться не только языковыми знаниями, но учитывать массу других нюансов при его переводе.

Именно при переводе названий фильмов можно применить обширное количество стратегий адаптации. Самая простая стратегия перевода – это прямой или дословный перевод названий фильмов на русский язык, которая применяется при отсутствии непереводимых социокультурных реалий и конфликта между формой и содержанием: The Aviator – Авиатор (2004), Address unknown – Адрес неизвестен (2001), Coast Guard – Береговая охрана (2002), A Better Way To Die – Лучший способ умереть (2000).

Вторая стратегия – это трансформация названия, что обусловлено различными факторами: лексическими, стилистическими, функциональными, прагматическими. Например, перевод названия может сопровождаться смысловой адаптацией, т.е. заменой или добавлением лексических элементов, связанных с сюжетом фильма. Так, например, фильм D-Wars переведен как «Война динозавров», а Scary Movie – «Очень Страшное Кино». При этом важно не отклоняться от оригинального названия и не переборщить с творчеством. Например, фильм In her shoes (дословно «В ее шкуре») перевели как «Подальше от тебя», хотя ближе к оригиналу было бы «На ее месте».

Кроме того, фильмы - это коммерческие продукты. Поэтому чтобы фильм пользовался большим успехом в прокате, оригинальное название трансформируется так, чтобы быть интересным и интригующим для отечественного кинолюбителя. Например, если бы фильм Hitch перевели как просто «Хитч», а не «Правила съема – метод Хитча», он не был бы столь многообещающим для потенциального зрителя.

В названиях фильмов часто употребляются омонимы, которые представляют сложность при переводе из-за специфики и традиции именований. Часто при переводе таких названий употребляется стратегия расширения. Например, название The Grinch, хорошо известное американскому зрителю, нам ни о чем не говорит, поэтому в русском переводе этот пробел восполняется пояснением: «Гринч — похититель Рождества».

Наряду с добавлениями переводчики практикуют прием опущения. Например, Three Burials of Melquiades Estrada в российском прокате получило название «Три могилы». Если переводчик оставил имя Мельхиадес к тому же с фамилией Эстрада, название стало бы очень длинным и затрудняло бы восприятие для российского зрителя.

Третья стратегия, которой пользуются переводчики – это замена названий фильмов из-за невозможности передать прагматический смысл исходного текста. Сюда относятся реалии, фразеологизмы, авторское словотворчество, которые становятся непонятными при дословном переводе. Так, фильм Finding Neverland на русский язык оправдано переведен как «Волшебная страна».

Таким образом, цель всех перечисленных стратегий – подобрать такой перевод названия фильма, который бы нес определенную смысловую нагрузку для зрителя. Анализируя названия современных фильмов, можно сделать вывод, что сегодня переводчики все чаще и чаще предпочитают находить для перевода не лексический, а прагматический эквивалент, который проходит определенную стратегию адаптации – жанровую, смысловую и т.д.