(cc) BY

Бочарникова Наталья Викторовна
канд. филол. наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Волгоградский государственный
социально-педагогический университет»
г. Волгоград, Волгоградская область

ПЕРЕВОД НАЗВАНИЙ ТЕКСТОВ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ В ЖАНРАХ ФАНТАСТИКИ И ФЭНТЕЗИ КАК ИНСТРУМЕНТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

Аннотация*: данная статья посвящена анализу переводческих трансформаций названий произведений (художественных фильмов и литературы) в жанрах фэнтези и фантастики, созданных на английском языке и переведенных на русский. Данные трансформации изучаются в работе как способ повышения аттрактивности текста, необходимой для привлечения массовой аудитории и повышения коммерческого статуса произведения.*

Ключевые слова*: массовая культура, перевод, название, концепт, жанровый маркер, лингвомаркетология, аттрактивность, массовое сознание.*

Перевод представляет собой сложное, неоднозначное явление, детерминируемое факторами следующего порядка: структурно-языковой асимметрией, ситуацией узуса, культурно-прагматическими факторами, языковой личностью переводчика и т. д. Особые условия рынка, в которых существуют современная литература и кинематография, способствовали развитию нового детерминирующего обстоятельства – аттрактивность для массовой аудитории. Таким образом, представляется возможным говорить о направлении в переводе, целью которого будет повышение коммерческого статуса продаваемого произведения посредством создания формулировки, способной заинтриговать, заинтересовать адресата (потенциального потребителя) и заставить его совершить покупку. В данном случае перевод выступает в качестве инструмента лингвистического маркетинга.

Идеи лингвомаркетологии и языковых способов позиционирования продукции разрабатываются в трудах таких исследователей, как К.И. Белоусов, Н.Л. Зелянская, Н.Д. Голев, О.Е. Яковлева, А.Г. Квят. Язык, посредством которого осуществляется коммуникация адресанта с потенциальным потребителем, рассматривается как участник товарно-денежных отношений, функционирующий как в статусе товара, так и статусе инструмента осуществления таких отношений [2].

Наиболее ярким образом явление коммерческого перевода проявляется при переводе названий художественных текстов массовой культуры. Помимо интенсивного по красочному оформлению невербального компонента презентационного комплекса, который обеспечивает предварительную рефлексию, именно название является центром притяжения зрительского и читательского внимания, поэтому его суггестивно-воздействующему потенциалу отводится особое значение. Совершенно справедливо название определяется как первый знак, абсолютно сильная позиция текста [8, с. 169], выражающее в сжатой форме идею всего произведения и формирующее ориентир для читательского восприятия.

Поскольку название выполняет, прежде всего, аттрактивную функцию, оно может быть рассмотрено с позиций аксиологического направления лингвистики как средство выявления ценностных приоритетов национально-культурного общества. Ценностный аспект неразрывно связан с понятием концепта – «условной ментальной единицы, направленной на комплексное изучение языка, сознания и культуры», имеющей трехкомпонентную структуру, оценочная составляющая которой является приоритетной [4]. Таким образом, название произведения массовой культуры является апелляцией к концепту, отражающему актуальные для общества ценности. «Функциональный подход к «явлениям культуры (производство, коммуникация, потребление) предполагает их рассмотрение в контексте ценностей потребительского общества» [5, с. 22]. Поскольку названия создаются в британской и американской культуре, они отражают и воздействуют на сознание носителей западной культуры, поэтому перевод совершается при помощи лексем, носящих гетеровалентный, по отношению к оригиналу, характер, отра-

жающих ценностные приоритеты российского массового сознания. «И, действительно, переводчики подчас идут на сознательные отклонения от оригинала во имя достижения желаемого воздействия на Рецепторов перевода. В таких случаях ориентация на оригинал дополняется, а порой заменяется ориентацией на определенный тип получателей» [6, с. 19].

Другой функциональной стороной единицы в названии является ее функционирование в качестве жанрового маркера, поскольку принадлежность к определенному жанру является облигаторной стороной текста массовой культуры. «Рынок массового потребления культурных форм накладывает свои императивы <…> Потребность в архитекстуальном маркере, в ясном указании на принадлежность произведения к некоторому жанру лежит в основе массового потребления» [5, с. 29].

Произведенный анализ позволил выявить наиболее яркие, эмблематические (термин В.И. Карасика: 3, с. 31 – 47) единицы, т.е. вербальные апелляции к ценностям, привнесенные в переводное название, демонстрирующие ценностно-эмоциональные предпочтения массового адресата, способные максимально эксплицитным способом донести до реципиента жанровую сущность текста и обеспечить успешную и быструю реализацию продукции.

Мы объединили лексические единицы в тематические группы.

1. Системообразующим концептом жанров фантастики и фэнтези является *концепт «волшебство»* [9, с. 206]. По словам Б. Стругацкого, элемент, который делает фантастику фантастикой – введение элемента необычного: «Фантастика без тайны – скучна. Фантастика без достоверности – фальшива, напыщенна и назойливо дидактична. А фантастика без чуда – и не фантастика вовсе» [11]. Популярность концепта «волшебство» связана с благоговейным и недоверительным отношением массы к научным открытиям: «Применительно к использованию некоторых положений точных наук показательной является научная фантастика, в которой чудеса и ужасы будущего должны быть обязательно «научно вероятны». Такова точка зрения на этот жанр буржуазии, для которой наука –

привычный инструмент. Массы же менее уверены в ней и даже испытывают некоторый трепет. Вот почему такое широкое распространение приобрела примитивная разновидность фантастики, где чудесное не ограничено никакими пределами знаний» [7, с. 61].

Наибольшими эмблематическими характеристиками обладают единицы, входящие в тематическую группу «магия и волшебство». Нами было отмечено 38 привнесений лексемы *волшебство* и ее дериватов. Особенно привнесение данных единиц проявляет себя при обращении к детской и семейной аудитории: *The Bracelet of Bordeaux → Волшебный браслет; Tommy and the Cool Mule → Томми и волшебный мул; The Box of Delights → Волшебная шкатулка; Chloe's Closet → Волшебство Хлои.* Представленные в оригинале лексемы *Bordeaux, cool, delights, closet* не реализуются.

Данная группа представлена также лексемами *магия / магический, чудесный, колдовство, чары, предсказание, сказка, фея, эльфы, ведьма, колдун, демон, русалка, духи, призраки, дракон* (60 привнесений). Показательными являются следующие примеры, явно свидетельствующие о том, что волшебство и магия приоритетнее и привлекательнее других элементов: *Zeke's Pad → Магический планшет; RunicStone → Магический камень, The Crystal Shard → Магический кристалл; Fragile Eternity → Темное предсказание; Toothless → Зубная фея; Kiki's Delivery Service → Ведьмина служба доставки; Krabat → Крабат: ученик колдуна; Silver Shadows → Эльфийская месть; Song in the Silence → Эхо драконьих крыл; The Legend → Легенда о драконе.*

Один из циклов Джаспера Ффорде носит на русском языке название *Отдел Сказочных Преступлений,* хотя англоязычная версия *Nursery Crime Division* содержит отсылку к особому виду фольклорного творчества или творчества с «утерянным» авторством, актуального для англоязычной культуры – Nursery Rhymes (детские рифмы).

Особой эмблематичностью обладает лексема *заклятие.* Представим следующий показательный пример: *Winter Warrios → Великое заклятие* (автор Дэвид Геммел). В переводе на русский язык *winter* означает *зима, зимний,* а *warrior* –

воин, воитель, боец. Несмотря на тот факт, что талант Дэвида Геммела как писателя является общепризнанным среди поклонников героического фэнтези, адресанты перевода посчитали, что семантически приближенный перевод не будет успешным по своим коммуникативно-прагматическим свойствам, и самостоятельно создали коммерчески более выгодный вариант. Связано это с тем, что лексема *заклятие* обладает яркой, национально-специфичной коннотативной аурой и семантической связью с явлением магии. Обращение к словарю показывает, что *заклятие* совпадает по значению со словом *заклинание*, которое объясняется следующим образом: «Словесная формула, обычно сопровождающаяся особыми действиями, которая, по суеверным представлениям, обладала магическими свойствами» [1, с. 326]. Таким образом, именно данная единица позволяет апеллировать к концепту «волшебство». Более того, это слово имеет старославянское происхождение, что означает глубокие связи с национальным сознанием и органичное восприятие на иррациональном уровне. Следовательно, подобная версия обладает особой притягательностью для русскоязычного адресата.

Приведем еще примеры, в которых манифестируется особое отношение массового сознания к единице *заклятие / заклятье (заклинание)*: *Equal Rites → Творцы заклинаний; Hazard's Price → Цена заклятия; Chicken Chicken → Заклятие старой колдуньи; Lord of Slaughter → Темный лорд. Заклятье волка; Promise of the Witch-King → Заклятие короля-колдуна.*

2. *Концепты «битва / гибель»*. Тематическая группа «битва и гибель» представлена такими единицами, как *битва, вторжение, воин, враг* (60 привнесений) и *смерть, кровь, последний, Апокалипсис* (22 привнесения). Например, *Spider-man 3 → Человек-паук 3: Враг в отражении; Diamondbacks → Битва за космос; Meteor → Астероид: Последние часы планеты; Evilution → Последний день будущего; The Declaration → Декларация смерти; The Worrior-Prohet → Воин кровавых времен.*

Показателем аттрактивности для реципиента того или иного концепта является не только его привнесение, но и его сохранение при переводе. Для данного жанра максимально эмблематичными являются *концепты «рыцарь»* и «*меч*».

Они сохраняются в абсолютном большинстве названий произведений при их наличии в оригинале, поэтому количество привнесений именно данных единиц немногочисленно. Продемонстрируем их привнесение: *A Kid in King Arthur's Court → Первый рыцарь при дворце короля Артура; The man Who Fell → Рыцарь безымянной планеты; Loamhedge → Меч Мартина; Quest for Camelot → Волшебный меч: Спасение Камелота; Kids of Round Table → Меч короля Артура.*

3. *Концепт «космос»*. Для раскрытия фантастического сюжета задействуются лексемы группы «космические путешествия и инопланетные существа». К данной группе относятся такие единицы, как *космос, звезда, планета, миры, вселенная, галактика, пришельцы, чужой* (36 привнесений). Например, *Crimson Force → Звездный отряд: Война на Марсе; Glow → Звездная миссия. Похищение; Elysium → Элизиум: Рай не на Земле; Lightning Point → Неземной серфинг; The man Who Fell → Рыцарь безымянной планеты; Stranded → В плену космоса; Solid State → Удар из космоса; Roswell → Город пришельцев; Battle Los Angeles → Инопланетное вторжение: Битва за Лос-Анджелес.*

4. *Концепты «королевство»* и *«властелин / хранитель»*. Тематическая группа «королевство и властелин / хранитель» представлена такими единицами, как *король, королева, империя, повелитель, властелин, хранитель, бог* (35 привнесений): *Under the Mountain → Хранители огня; Beings → Волшебный король; Tin Man → Заколдованное королевство; The Darkness that comes before → Слуги темного властелина.*

5. *Концепт «тьма»* (31 привнесение единиц *темный, ночь, тень, черный)*: *Legend of the Guardians: The Owls of Ga'Hoole → Легенды ночных стражей; The legacy → Темное наследие; Fragile Eternity → Темное предсказание; Metal Man → Железный человек: Темная сторона.*

6. *Концепты «время»* (26 привнесений единиц *время, будущее, прошлое*), *«бессмертие»* (7 привнесений одноименной единицы): *The Man Who Used to Be Me → Гонки во времени; Winter's Tale → Любовь сквозь время; Lord of the Libraries → Властелин времен; Early Edition → Завтра наступит сегодня; About time*

→ Бойфренд из будущего; The Wolverine → Россомаха: Бессмертный; The Final Patient → Эликсир бессмертия.

7. *Концепт «легенда»* (14 привнесений): *Dreams Underfoot → Городские легенды; Jabberwock → Легенда о Джаберроуоке; Avatar: The Last Airbender → Легенда об Аанге; Beauty and the Beast → Легенда о звере; Westender → Легенда о рыцаре.*

8. *Концепт «тайна»* (12 привнесений): *Haven → Тайны Хейвена; Smallville → Тайны Смолвиля; Doctor Strange → Доктор Стрэндж и Тайна Ордена Магов; The Emperor's Wife → Тайна империи; Granite Folly → Тайна замка Грэнит Фолли; The Seance → Тайна замка Роксфорд Холл.*

В качестве контекстных партнеров, необходимых для создания остросюжетного фона и демонстрации совмещения жанровых направлений, выступают следующие ценности: «приключение» (17 привнесений), «последний» (13 привнесений), «месть / зло» (11 привнесений), «ад / дьявол» (10 привнесений): *Merlin and the War of the Dragons → Мерлин и последний дракон; The Dragon Pearl → Последний дракон: В поисках магической жемчужины; Cobra The Animation → Космические приключения Кобры; Torchwood → Охотники за чужим; Anna's Storm → Адский дождь; Silver Shadows → Эльфийская месть; Cloudy with a Chance of Meatballs 2 → Облачно, возможны осадки: Месть ГМО.*

Как показывают результаты анализа, образы, используемые в массовой культуре, глубоко архетипичны. По мнению Е.Г. Соколова, «на некоторые архетипические формы опираются как массовые, так и немассовые культуры, однако «прообраз», или «архетип», в масскульте «работает» по-другому. Он представлен здесь в виде сжатой формулы или недвусмысленного приказа. Массовая культура оперирует чистыми, прозрачными, внятными, кажущимися примитивными формами архетипических состояний» [10, с. 293]. Именно эти формы и закреплены в названиях произведений массовой культуры.

Представим следующие выводы: коммерческий фактор является основным детерминантом при принятии переводческих решений, поэтому перевод названий текстов массовой культуры необходимо рассматривать с точки зрения лингвистического маркетинга.

Единица в названии представляет собой как апелляцию к концепту, отражающего ценностные приоритеты массового сознания, так и жанрово идентифицирующий маркер произведения, соответственно, названия подверглись концептуально-жанровым трансформациям, детерминированным интенцией оказать максимально успешное регулятивное воздействие на адресата и эксплицировать жанр произведения.

Наиболее часто воспроизводимыми при переводе названия текста в жанре фантастика и фэнтези концептами явились архетипические концепты «волшебство», «битва / гибель», «космос», «королевство», «властелин / хранитель», «тьма», «время», «легенда», «тайна».

Список литературы

1. Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб: Норинт, 2000. – 1536 с.

2. Голев Н.Д. Язык как собственность (к основаниям лингвомаркетологической концепции языка) / Н.Д. Голев, О.Е. Яковлева // Юрислингвистика-10: лингвоконфликтология и юриспруденция. – Кемерово; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2010. – С. 75–83.

3. Карасик В.И. Языковая кристаллизация смысла / В.И. Карасик. – М.: Гнозис, 2010. – 351 с.

4. Карасик В.И. Лингвокультурный концепт как единица исследования / В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: Сб. науч. тр. / Под ред. И.А. Стернина. – Воронеж: ВГУ, 2001. – С. 75–80.

5. Козлов Е.В. Развлекательная повествовательность в контексте массовой культуры: Монография / Е.В. Козлов. – Волгоград: Изд-во ФГОУ ВПО ВАГС, 2008. – 240 с.

6. Комиссаров В.Н. Перевод и языковое посредничество / В.Н. Комиссаров // Тетради переводчика: Научно-теоретический сборник. – М.: Высш. шк., 1984. – Вып. 21. – С. 19–26.

7. Кукаркин А.В. Буржуазная массовая культура: Теории. Идеи. Разновидности. Образцы. Техника. Бизнес / А.В. Кукаркин. – 2-е изд., доработ. и доп. – М.: Политиздат, 1985. – 399 с.

8. Николина Н.А. Филологический анализ текста: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Н.А. Николина. – М.: Академия, 2007. – 272 с.

9. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: Монография / Г.Г. Слышкин. – Волгоград: Перемена, 2004. – 340 с.

10. Соколов Е.Г. Массовая и немассовая культуры / Е.Г. Соколов // Культурология: Учебник / Под ред. Ю.Н. Солонина, М.С. Кагана. – М.: Высшее образование, 2009. – С. 286 – 295.

11. Стругацкий Б. Что такое фантастика / Б. Стругацкий // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rusf.ru/abs/books/publ31.htm