УДК 811.

DOI: 10.18384/2310-712X-2019-2-167-175

ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ МУЛЬТИСЕМИОТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРЕВОДОВ НАЗВАНИЙ СЕРИЙ МУЛЬТСЕРИАЛА «СМЕШАРИКИ» НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК)

Максименко О. И., Подлегаева Е. П.

Московский государственный областной университет

141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д. 24,

Российская Федерация

Аннотация. Перевод заголовков книг, статей, названий кинофильмов представляет собой отдельную проблему. Семантическая нагруженность названия, его соотнесённость с имплицитными смыслами произведения создают сложности для перевода. Целью данной работы является анализ стратегий перевода названий мультимодальных референциально связанных текстов, к которым относятся названия-номинации серий мультсериалов. Разбираются варианты перевода названия сериала «Смешарики», выполненные в двух вариантах: для американского потокового телевидения и для европейского адресата. Доказываются релевантность прагматического перевода и взгляд на название серий как номинацию коммерческого продукта. Статья адресуется специалистам в области теории номинации, теории и практики перевода, нейминга.

Ключевые слова: номинация, перевод, мультсериал, лингвопрагматика, переводческие стратегии.

TRANSLATION PROBLEM OF MULTISEMIOTIC TEXTS NAMES (TRANSLATION OF THE ANIMATED SERIES “SMESHARIKI” INTO ENGLISH)

O. Maksimenko, E. Podlegaeva

Moscow Region State University

24 ulitsa Very Voloshinoy, Mytishchi 141014, Moscow Region, Russian Federation

Abstract. Translation of books, articles title and names of films is a rather complex problem. Semantic fullness of the title, its correlation with implicit meanings of the text creates difficulties for translation. The purpose of the article is to analyze some translation strategies of the names of multimodal referential connected texts of animated serials titles. Variants of translation of the names of serial “Smeshariki”, completed in two variants - for American stream TV and for the European addressee are analyzed. Relevance of pragmatical translation and the approach to the series name as to a nomination of a commercial product is proved. The article is addressed to experts in the field of a nomination theory, theory and practice of translation and naming.

Keywords: nomination, translation, animated series, linguopragmatics, translation strategies.

Введение

Название произведения любого жанра – художественного, публицистического, мультисемиотического и пр. – представляет собой «текст в тексте», наиболее сильную позицию текста, отражающую основной смысл произведения. Название кинотекста как сложного мультисемиотического феномена определённо является одой из самых значимых семантико-семиотических доминант произведения, поскольку имеет ещё одну немаловажную функцию – привлечь внимание широкой аудитории зрителей-реципиентов, т. е. сделать фильм коммерчески успешным. С этой точки зрения название фильма можно рассматривать с позиций коммерческой номинации – нейминга [4]. Учитывая широкое распространение по миру произведений киноиндустрии, включая анимацию, особую роль в эпоху глобализации играет так называемая локализация, представляющая собой адаптацию произведения к рынку соответствующей страны. Основной составляющей локализации, безусловно, является перевод.

Мультипликационный фильм как мультисемиотический текст

Мультипликационные фильмы, воспринимаемые нередко как сугубо развлекательный и упрощённый продукт, таковым, без сомнения, не являются. Перейдя с больших экранов, где зародился этот вид кинематографического искусства, в телевизионную среду, мультфильмы приобрели ещё более сложную семиотическую структуру, превратившись в референциально связанные мультипликационные сериалы. Ещё в 1978 г. исследователи

Дж. Фиске и Дж. Хартли в книге “Reading Television” («Понимание телевидения») [9] писали, что телевизионные тексты обладают свойствами языка и, соответственно, поддаются анализу с помощью тех же инструментов, что и письменный текст, т. е. инструментов лингвистики и семиотики.

Телевизионные мультипликационные сериалы можно рассматривать как мультисемиотическое явление, поскольку мультфильм как поликодовое целое сочетает в себе видеоряд, звучащее слово, музыку, цвет, письменный вербальный текст и пр. Такие фильмы также рассматриваются как социокультурное явление, формирующее и отражающее как картину мира определённого этноса, так и лингвокультурную картину мира отдельной личности и социума в целом. Как кинофильмы, так и мультипликационные фильмы предъявляют образы той культуры, в рамках которой они созданы [6].

Традиция создания мультипликационных телевизионных сериалов (animated television series) не нова. В западной кино- и телеиндустрии такие сериалы появлялись, как правило, после выпуска полнометражного анимационного фильма, имевшего коммерческий успех, фактически эксплуатируя и развивая его сюжет. Ярким примером может служить мультипликационный фильм 1989 г. “The Little Mermaid” студии *Disney*, который впоследствии превратился в сериал, переведённый на многие языки мира. Создатели отечественного мультипликационного сериала «Смешарики» пошли иным путём. Первые серии этого мультфильма были выпущены в 2004 г. студией «Петербург» в рамках проекта «Мир без насилия» (World

without violence). Полнометражные мультипликационные фильмы появились в 2011 и 2016 гг.

Особенность данного анимационного сериала состоит в том, что нельзя однозначно определить его общую концепцию как «фильм для детей от 4 до 12 лет», как планировалось сначала. Это, скорее, фильм для всей семьи, поскольку он наполнен юмором, сатирой, философскими интертекстуальными отсылками и непростой поликодовой семиотикой. Получается, что каждый зритель – реципиент разного возраста и с разным социальным опытом – может извлечь из предлагаемых авторами сюжетов что-то своё. По этой причине требования к переводу названий серий возрастают с учётом неоднородности аудитории.

Проблема номинации в мультипликационных фильмах

Любой объект (предмет, явление и пр.), существующий в мире, проходит процесс именования (номинации), чтобы быть выделенным из ряда уже существующих объектов. Проведя номинацию, мы «подчиняемся диктату названий», словами Рэя Брэдбери¹, поэтому название такого вида текста, как кинотекст, играет столь же существенную роль. Предполагается, что название сообщает об основном содержании произведения, т. е. обладает свойством информативности. Однако в художественных произведениях, особенно в поликодовых, мультисемиотических, к которым относится и кинотекст, информативность оказывается далеко не самой основной характеристикой названия. Нередко именно

¹ Брэдбери Р. В дни вечной весны. М.: Извещения, 1982. С. 82.

ассоциативные интертекстуальные отсылки помогают настроить реципиента на понимание кинотекста, заранее подготовив его к желаемому восприятию заложенного в фильме культурологического аспекта, связанного с передачей имён собственных, характера и речевых особенностей персонажей и культурных реалий.

В рассматриваемом мультсериале все поликодовые составляющие, характерные для анимационных фильмов, – имена собственные, внешние рисованные характеристики, включая графическую форму и цвет, интонационный рисунок речи озвучивающих персонажи актёров – всё играет особую роль. Номинация персонажей ассоциативно упорядочена. Персонажи разделены по возрасту: дети – Ёжик, Крош (кролик), Ньюша (свинка), Бараш; взрослые среднего возраста – Лосяш, Пин (пингвин), Копатыч (медведь); взрослые старшего возраста – Совунья, Кар-Карыч (ворон).

Поскольку иконическая составляющая фильма при локализации не меняется, интерференция может возникнуть только на уровне перевода имён собственных, названий серий и собственно произносимых персонажами фраз в диалогах.

Перевод онимов и названий серий анимационного сериала как переводческая проблема

Перевод названия (онима, или номинации) представляет собой особую проблему, поскольку перед переводчиком стоит серьёзная задача: ёмко и предпочтительно кратко выразить основную мысль произведения, его суть, квинтэссенцию его содержания, иногда даже не выраженную эксплицитно

в тексте самого произведения. Перевод сложных мультисемиотических текстов, где реализованы знаки разных семиотических систем, к которым относятся в том числе и кинотексты, осложняется тем, что перед переводчиком встаёт ещё одна задача – прагматическая, точнее, экономическая: название серии должен быть таким, чтобы кинопроизведение вызывало интерес и, соответственно, имело коммерческий успех.

Хотя современные традиции перевода номинаций и, более широко, названий любого рода складываются подчас случайно и стихийно, однако заметно доминирует тенденция прагматического перевода. В. Н. Комиссаров, классик переводоведения, писал, что коммуникативная способность владеющих языком включает, помимо языкового знания, умение интерпретировать языковое содержание высказывания и выводить из него контекстуальный и имплицитный смысл [2]. Для перевода названий кинофильмов и мультсериалов, в частности, это принципиально важно, так как необ-

ходимо учитывать скрытый, имплицитный смысл, который может быть выражен не только вербально по ходу развития сюжета кинотекста, но и поликодовыми средствами. Тем самым буквальный перевод в такой ситуации не срабатывает, необходимо применять разные стратегии переводческой адаптации.

Особенностью рассматриваемого мультсериала «Смешарики» является то, что он транслируется в 90 странах мира, переведён более чем на 60 языков, но, конечно, для продвижения сериала на внешний рынок потребовался его перевод на английский язык. Причём существует как минимум два официальных варианта перевода мультсериала на английский язык: *GoGoRiki* (в 2008 г. было дублировано 92 эпизода американской компанией *The CW4Kids*) и *Kikoriki* (перевод и дубляж осуществляется российской продюсерской компанией Рики-групп). Для адаптации и локализации всех основных девяти героев мультсериала *4Kids* предложило свой ономастикон (см. табл. 1).

Таблица 1

Пример перевода онимов персонажей «Смешариков»

Исходная номинация	GoGoriki	KikoRiki	Немецкий перевод
Крош (кролик)	aka Krash, Jumper	Pogoriki	Jumpy
Ёжик	Chiko	Chikoriki	Joshi
Бараш	Walli	Wolliriki	Fluff
Нюша (свинка)	Rosa	Rosariki	Pinky
Карыч (ворон)	Carlin	Bigoriki	BigBig
Лосяш	Dokko	Doctoriki	Eldoc
Совунья	Olga	Olgariki	Olga
Пин (пингвин)	Ottoriki	Otto	Otto
Копатыч (медведь)	Barry	Boboriki	Berry

Признавая стандартные стратегии перевода имён собственных, такие как транскрипция и транслитерация, калька, полукалька, неологизм, уподобляющий перевод [3], мы видим, что в данном случае при переводе имён собственных использовались стратегии адаптации – поскольку в силу деривации самого номена «смешарик» произошло словосложение корней «смех» и «шарик», уменьшительный суффикс «ик» увеличился за счёт основы, превратившись в суффиксоид «рик», который фактически при переводе имён собственных на английский язык стал маркером персонажей данного мультфильма. Мало того, производственная группа, выпускающая франшизу, стала называться «Группа компаний Рики». Предполагается, что в этой ситуации сработал эффект фоносемантики – в западной лингвокультуре весьма популярен рассказ Р. Киплинга «Рикки-Тикки-Тави», поэтому имена героев русского анимационного сериала воспринимаются как ассоциативно близкие и понятные. Можно сделать вывод, что прагматический перевод при передаче имён собственных также имеет место.

Прагматический перевод представляет собой особое звено в системной классификации переводов. При любом переводе (кроме внутриязыкового) основной целью является преодоление межъязыковых и межкультурных различий. Известно, что большинство определений понятия «перевод» опирается на идею перекодирования информации на входном языке на язык перевода, однако столь прямолинейно дефинировать перевод вряд ли возможно, особенно, когда речь идёт о переводе мультимодальных текстов.

В 1978 г. Р. О. Якобсон обратил внимание на то, что, кроме собственно межъязыкового перевода, выделяются ещё и внутриязыковой перевод (переименование), при котором переводчик интерпретирует сообщения в другие знаки того же языка, и межсемиотический перевод (трансмутация) – интерпретация вербальных знаков посредством невербальных знаковых систем [8, с. 17]. Данная классификация неполна и не раз подвергалась критике. Но трансмутацию можно понимать достаточно широко, включая переключение кодов в разных лингвосемиотических системах в зависимости от лингвокультурной составляющей, что хорошо прослеживается при переводе (адаптации, локализации) названий анимационных сериалов.

Идеи Р. О. Якобсона в определённом смысле были развиты лингвистом, философом и семиотиком У. Эко, выделившим: интерпретацию через транскрипцию; интрасистемную интерпретацию, которая распадается на три подвиды – интрасемиотическую, интралингвистическую и исполнение; и интерсистемную адаптацию с ощутимыми изменениями субстанции и с изменением материи (парасинонимия и адаптация) [7, с. 283].

Для перевода названий кинофильмов и анимационных сериалов подходят далеко не все виды адаптации, поскольку, в отличие от полноценного, достаточно длинного и развёрнутого текста, при переводе названий серий комментарию переводчика недопустимы, а упрощение нежелательно [5]. Таким образом, адаптация (локализация) названий анимационного сериала превращается, по сути, в особый вид языкового посредничества.

В. Н. Комиссаров считал, что адаптивное транскодирование предполагает кроме передачи основного смысла «преобразование (информации) с целью изложить ее в иной форме, определяемой не организацией этой информации в оригинале, а особой задачей межъязыковой коммуникации» [1, с. 48], выделяя четыре вида адаптации: сокращённый перевод (частичное воспроизведение оригинала с опущением некоторых частей, равноценность коммуникативных отрезков текстов на ИЯ и ПЯ); адаптированный перевод (частичная экспликация); стилистическая адаптация (замена специфических средств изложения исходного текста на

языковые средства, отвечающие нормам ПЯ); прагматическая адаптация, которая чаще всего применяется при переводе рекламы (структура и содержание исходного текста существенно изменяется) [1]. По нашему мнению, для перевода названий серий рассматриваемого мультсериала оптимален именно прагматический перевод.

Рассмотрим ряд примеров перевода серий «Смешарики», выполненных, обобщённо говоря, для американской и европейской англоязычной аудитории. Будем отмечать, насколько удачно новое название соответствует содержанию серии, выделяя курсивом оптимальный вариант (см. табл. 2).

Таблица 2

Пример перевода названий серий «Смешарики»

Смешарики	Kikoriki	Gogoriki	Недостатки адаптации
Балласт	Treasure Hunt	Treasure Hunt	смысл не передан
Это сладкое слово «мёд»	Berry the Honey- Bear	<i>The Sweetness of Honey</i>	утрачен исходный интертекст
Маленькое большое море	<i>Little Big Sea</i>	Pollution Solution	спойлер
Что нужно всем	<i>What Everyone Needs</i>	Pyramid Scheme	спойлер
Полёты во сне и наяву	Pin the Sleeping Pilot!	<i>Dreams in the Sky</i>	утрачен исходный интертекст
Мисс Вселенная	Miss Universe	<i>The Beauty Within</i>	спойлер
Лили	Lily	<i>Sweet Lily</i>	спойлер
Куда приводят желания	<i>When Wishes Come True</i>	Bad Hair Day	спойлер
Ёжик в туманности	<i>Foggy Joshy</i>	Movie Madness	утрачен исходный интертекст
Моя прелесть	<i>My Precious one</i>	The Scent Of Wolli	утрачен исходный интертекст
Метеорология	Meteorology	<i>Weather or Not</i>	апроприация
Куда уходит старый год?	<i>Where Does the Old Year Go?</i>	Happy New Year	невозможность адаптации
Комната смеха	The Laughing Room	<i>The Funhouse</i>	апроприация
Маскарад	The Masquerade Party!	<i>The Costume Party</i>	апроприация
Бабочка	The Butterfly	Social Butterfly	апроприация
Комната грусти	Pinky's Misery Room	<i>Misery Loves Company</i>	адаптация
Живые часы	The Body Clock	<i>The Dream Team</i>	адаптация
Ля	Laa!	<i>Wolli's Singing Well</i>	апроприация

Окончание таблицы 2

Горы и конфеты	Mountains vs. Candies!	<i>Sweet Temptation</i>	апроприация
Дар	Pinky's Gift	<i>From Zero To Hero</i>	спойлер
Кулинария	Gastronomy	<i>Cooking Up A Storm</i>	спойлер
Вестибулярный аппарат	The Vestibular System	<i>Topsy Torvy</i>	апроприация
Бойкот	Pinky's Boycott	<i>Silent Treatment</i>	апроприация
Лабиринт	The Labyrinth	<i>Maze Craze</i>	апроприация
Роман в письмах	Love Letters	<i>Tell It Like It Is</i>	спойлер

Используемые стратегии переводов названий мультсериала широки и разнообразны. Основное отличие перевода названия серии мультсериала от перевода названия кинофильма состоит в том, что в названии каждой серии отражаются ситуации и черты характера уже известных зрителю, особенно маленькому зрителю, ребёнку, персонажей в неожиданных ситуациях. Тем самым при переводе возникает ситуация не столько адаптации, сколько апроприации, более глубокой локализации. *GoGoriki* выбирают более близкий и понятный реципиенту американизированный вариант названия: Лабиринт – “*Maze Craze*”; Скверная примета – “*Tough Luck*”; Комната смеха – “*The Funhouse*” и пр. Для *GoGoriki* также характерно такое современное явление,

как спойлер, т. е. ситуация, когда название серии заранее раскрывает скрытый в сюжете смысл, например, «Куда приводят желания» – “*Bad Hair Day*” или «Ля» – “*Wolli's Singing Well*”; «Настоящие ценности» – “*A Valuable Lesson*”.

Выводы

Несмотря на многообразие стратегий перевода как имён собственных персонажей, так и собственно названий серий мультфильма, превалирует не лексический, а прагматический перевод, что подтверждает высказанную нами идею об отношении адаптации, транспозиции и необходимости учёта лингвокультурологических особенностей страны целевой аудитории.

Статья поступила в редакцию 05.02.2019

ЛИТЕРАТУРА

1. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М.: Высшая школа, 1990. 253 с.
2. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. М.: ЭТС, 2002. 452 с.
3. Кулинич М. А. Еще раз о переводе названий // Лингвистические основы межкультурной коммуникации: сборник материалов Международной научной конференции. Н. Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова, 2005. С. 200–202.
4. Максименко О. И. Глобальный нейминг как лингвистическая проблема // Язык в глобальном контексте: современная языковая ситуация как следствие процесса глобализации: сборник научных трудов ИНИОН РАН. М.: ИНИОН РАН, 2018. С. 188–201.
5. Максименко О. И. Прагматика транспозиции и адаптивного транскодирования // Социально-гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2018. Т. 15. № 1. С. 64–68.
6. Милевич И. Стратегии перевода названий фильмов // Русский язык за рубежом. 2007. № 5. С. 65–71.

7. Эко У. Сказать почти то же самое. Опыты о переводе. СПб.: Симпозиум, 2006. 574 с.
8. Якобсон Р. О. О лингвистических аспектах перевода // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. М.: Международные отношения, 1978. С. 16–24.
9. Fiske J., Hardley J. Reading Television. London: Routledge, 1978. 200 p.

REFERENCES

1. Komissarov V. N. *Teoriya perevoda (lingvisticheskie aspekty)* [Theory of translation (linguistic aspects)]. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 1990. 253 p.
2. Komissarov V. N. *Sovremennoe perevodovedenie* [Contemporary translation studies]. Moscow, ETS Publ., 2002. 452 p.
3. Kulinich M. A. [Once again about translation of names]. In: *Lingvisticheskie osnovy mezhkul'turnoi kommunikatsii: sbornik materialov Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii* [Linguistic issues of intercultural communication: Proceedings of the International scientific conference]. Nizhny Novgorod: Linguistics University of Nizhny Novgorod, 2005, pp. 200–202.
4. Maksimenko O. I. [Global naming as a linguistic problem]. In: *Yazyk v global'nom kontekste: sovremennaya yazykovaya situatsiya kak sledstvie protsessa globalizatsii. Sbornik nauchnykh trudov INION RAN* [Language in a global context: the modern language situation as a consequence of the globalization process]. Moscow, INION RAN Publ., 2018, pp. 188–201.
5. Maksimenko O. I. [Pragmatics of the transposition and adaptive transcoding]. In: *Sotsial'no-gumanitarnye nauki na Dal'nem Vostoke* [The Humanities And Social Studies in the Far East], 2018, vol. 15, no. 1, pp. 64–68.
6. Milevich I. [The strategy of translation of movie titles]. In: *Russkii yazyk za rubezhom* [Russian language abroad], 2007, no. 5, pp. 65–71.
7. Eco U. *Skazat' pochti to zhe samoe. Opyty o perevode* [To say almost the same thing. Experiments on the transfer]. St. Petersburg, Simpozium Publ., 2006. 574 p.
8. Yakobson R. O. [On linguistic aspects of translation]. In: *Voprosy teorii perevoda v zarubezhnoi lingvistike* [Issues of translation theory in foreign linguistics]. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya Publ., 1978, pp. 16–24.
9. Fiske J., Hardley J. Reading Television. London, Routledge, 1978. 200 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Максименко Ольга Ивановна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры теоретической и прикладной лингвистики Московского государственного областного университета;

e-mail: maxbel7@yandex.ru

Подлегаева Елена Павловна – старший преподаватель кафедры индоевропейских и восточных языков, аспирант кафедры теоретической и прикладной лингвистики Московского государственного областного университета;

e-mail: keepsmiling@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Olga I. Maksimenko – Doctor in Philological Sciences, professor at the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Moscow Region State University;

e-mail: maxbel7@yandex.ru

Elena P. Podlegaeva – Senior lecturer at the Department of Indo-European and Oriental Languages, postgraduate student at the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Moscow Region State University;
e-mail: keepsmiling@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Максименко О. И., Подлегаева Е. П. Проблема перевода названий мультисемиотических текстов (на примере переводов названий серий мультсериала «Смешарики» на английский язык) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2019. № 2. С. 167–175.

DOI: 10.18384/2310-712X-2019-2-167-175

FOR CITATION

Maksimenko O. I, Podlegaeva E. P. Translation problem of multisemiotic texts names (translation of the animated series “Smeshariki” into English). In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2019, no. 2, pp. 167–175.

DOI: 10.18384/2310-712X-2019-2-167-175