

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Н. П. ОГАРЁВА»

Факультет иностранных языков
Кафедра теории речи и перевода

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой
д-р филос. наук, доц.
_____ А. Ю. Ивлева
02 июня 2020 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

СПЕЦИФИКА И СТРАТЕГИИ ПЕРЕДАЧИ КОМИЧЕСКОГО В КИНОТЕКСТАХ

Автор дипломной работы	02.06.2020	М. А. Кузьмин
Обозначение дипломной работы	ДР–02069964–45.05.01–04–20	
Специальность	45.05.01 Перевод и переводоведение	
Руководитель работы		
канд. филос. наук, доц.	02.06.2020	Т. С. Шикина
Нормоконтролер		
канд. филол. наук, доц.	02.06.2020	Н. В. Захарова
Рецензент		
док. филол. наук, проф.	02.06.2020	Ю. М. Трофимова

Саранск
2020

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Н. П. ОГАРЁВА»

Факультет иностранных языков
Кафедра теории речи и перевода

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой
д-р филос. наук, доц.
_____ А. Ю. Ивлева
27 декабря 2019 г.

ЗАДАНИЕ НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ

(в форме дипломной работы)

Студент Кузьмин Максим Александрович

1 Тема Специфика и стратегии передачи комического в кинотекстах

Утверждена приказом № 10118-с от 27.12.2019 г.

2 Срок представления работы к защите 02.06.2020 г.

3 Исходные данные для научного исследования: книги, научные статьи, словари, интернет-источники

4 Содержание выпускной квалификационной работы

4.1 Теоретические аспекты изучения комического в кинотекстах

4.2 Анализ специфики и стратегий перевода комического в кинотекстах

5 Приложения отсутствуют

Руководитель работы

27.12.2019 Т. С. Шикина

Задание принял к исполнению

27.12.2019 М. А. Кузьмин

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 76 страниц, 53 использованных источника.

КИНОПЕРЕВОД, АУДИОВИЗУАЛЬНЫЙ ПЕРЕВОД, КИНОТЕКСТ, КОГНИТИВНЫЙ ДИССОНАНС, ДУБЛИРОВАНИЕ, СУБТИТРЫ, ЗАКАДРОВЫЙ ПЕРЕВОД, РЕАЛИИ, ДИСКУРСОЦЕНТРИЧЕСКИЙ ПОДХОД, ПАРАДИГМА.

Объект исследования – комический эффект, как одно из явлений в кинотекстах.

Цель – проанализировать специфику передачи комического эффекта в аудиовизуальном переводе и выявить особенности его передачи.

В результате проделанной работы было рассмотрено комическое, как социокультурное явление. Вместе с тем, были разобраны характерные особенности киноперевода, проведено его сравнение с художественным переводом. Также в ходе выполнения задач, была определена проблематика этого процесса. Далее, были рассмотрены способы передачи комического в кинотексте, а также проведен анализ стратегий их перевода на примере сериала «Теория Большого Взрыва». По итогу, было доказано, что переводчик, работающий в области аудиовизуального перевода помимо знания обоих языков должен быть эрудированным, знать современные реалии обеих культур, а также основы кинематографа.

Степень внедрения – частичная.

Область применения – в практике перевода кинотекстов, содержащих элементы комического.

Эффективность – повышение качества знаний в области исследования передачи комического в аудиовизуальном переводе.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Глава 1 Теоретические аспекты изучения комического в кинотекстах	8
1.1 Комического как социокультурное явление. Историческое освещение и функции	8
1.2 Лингвистические теории комического	11
1.3 Кинотекст и его характерные черты	15
1.4 Киноперевод как вид художественного перевода	16
1.5 Виды аудиовизуального перевода	18
1.5.1 Субтитры	19
1.5.2 Закадровый перевод	21
1.5.3 Дублированный перевод	21
Выводы по первой главе	23
Глава 2 Анализ специфики и стратегий перевода комического в кинотекстах	25
2.1 Сложности перевода, содержащего элементы комического	25
2.1.1 Трудность передачи реалий	26
2.1.2 Когнитивный диссонанс	26
2.1.3 Проблема переводческой эквивалентности	27
2.2 Стратегии и приемы передачи комического	30
2.3 История сериала «Теория Большого Взрыва»	35
2.4 Сюжет сериала «Теория Большого Взрыва»	36
2.5 Передача комического в сериале «Теория Большого Взрыва»	37
Выводы по второй главе	65
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	67
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	71

ВВЕДЕНИЕ

Работа нацелена на рассмотрение особенностей, проблем и сложностей, с которыми сталкивается переводчик при передаче комического в аудиовизуальном переводе. Подобная область этого вида перевода выбрана вследствие того факта, что интерпретация юмора представляет в нем одну из главных трудностей. Вместе с тем, будут рассмотрены стратегии, а также приемы, используемые переводчиками, работающими над передачей комического в аудиовизуальном переводе.

Бесспорно, передача комического при переводе кинотекста представляет собой интерес не только для переводчика, но также и для теории перевода в целом. Область аудиовизуального перевода сложна тем, что при переводе необходимо уделять внимание не только соблюдению критерия адекватности перевода, но в то же время и полноте передачи комического эффекта.

В наше время, человек не представляет свою жизнь без юмора. Каждый день люди встречаются с теми или иными вариантами проявления юмора в повседневной речи – человеку свойственно шутить вне зависимости от обстановки. Обращаясь к языку кино, юмор – неотъемлемая составляющая многих визуальных произведений. Мы ходим в кинотеатры на комедийные фильмы, нам нравится смотреть юмористические сериалы дома. Юмор – это то, что помогает жить лучше.

Проблема состоит в том, что с увеличением масштаба использования того или иного явления, увеличивается скорость его развития. Соответственно, с каждым годом, переводчики встречаются все с большим количеством трудностей при передаче комического эффекта в визуальных произведениях. Этим обуславливается **актуальность** работы.

Научная новизна работы обусловлена наличием комплексного подхода к существующей проблеме. В связи с этим, в работе проанализирован большой объем теоретического и практического материала по специфике и стратегиям передачи комического в кинотекстах.

Объект исследования – комический эффект, как одно из явлений в кинотекстах.

Предмет исследования – стратегии передачи комического эффекта в кинотекстах.

Цель исследования – рассмотреть специфику передачи комического эффекта в аудиовизуальном переводе и проанализировать стратегии его передачи.

Чтобы добиться поставленной цели в работе, необходимо определить **основные задачи:**

1. рассмотреть комическое, как многогранное явление:
 - исследовать историю явления, дать определение, обозначить функции;
 - разобрать социокультурную сторону явления;
 - изучить лингвистические теории его возникновения.
2. разобрать теоретическую сторону перевода кинотекстов:
 - дать определение;
 - сравнить с художественным переводом;
 - обозначить виды аудиовизуального перевода.
3. установить основные сложности при переводе комического в кинотекстах;
4. определить стратегию и приемы передачи комического;
5. исследовать способы создания комического эффекта в кинотекстах, а также проанализировать стратегии их перевода на практике.

Материалом для исследования послужил перевод англоязычного комедийного сериала «Теория Большого Взрыва» на русский язык от студии перевода и озвучивания, под названием, «Кураж-Бамбей». Стоит подчеркнуть, что существуют и другие варианты перевода сериала, к примеру, от студий «Новамедиа», «СТС» или «НТВ». Так получилось, что сериал приобрел наибольшую популярность в России именно благодаря переводу от студии «Кураж-Бамбей». С этим переводом его транслировали на протяжении более 10

лет по телеканалу «Paramount Comedy». Таким образом, высокая популярность этого перевода среди зрителей обуславливает наш выбор.

Методологическая основа исследования состоит из работ таких ученых как Д. В. Большакова, А. Б. Бушев, И. Р. Гальперин, В. Е. Горшкова, К. Г. Ким, А. В. Козуляев, М. Минский, И. Сапожников, Ю. Г. Цивьян и др.

Методами, помогающими в решении поставленных задач, были выбраны: сравнительно-сопоставительный и аналитический.

Структура и объем работы. В соответствии с целями и задачами исследования работа состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка. Текст работы составляет 76 страниц. Список использованных источников насчитывает 53 наименования на русском и английском языках.

Глава 1 Теоретические аспекты изучения комического в кинотекстах

1.1 Комического как социокультурное явление. Историческое освещение и функции

Начиная с античных времен философы стремились проанализировать истинную суть комического. Вопросы о возникновении и понятии комического интересовали таких значимых представителей древней античности, как Демокрит, Аристофан и Аристотель.

Один из известнейших древнегреческих философов Демокрит считал, что смех представляет собой целостное мировоззрение. Философ определял смех как явление, главной целью которого, выступает отражение презрения к материальным ценностям, тем или иным почестям и славе. Философ подчеркивал значимость того факта, что смех не должен использоваться в целях проявления превосходства над другими [24].

В свою очередь Аристотель стремился разграничить такие явления комического, как «смех» и «насмешка». Подобным образом, он считал ключевой чертой смеха то, что его использование не подразумевает собой причинение боли человеку. Насмешку Аристотель определял, как явление, содержащее в себе негативный элемент. Вместе с тем, Аристотель одним из первых выдвинул идею о том, что смех характерен только для людей [24].

Аристофан, не менее известный представитель философов древней античности, непосредственно использовал смех в своей повседневной жизни. Вследствие этого, его называют древнегреческим «комедиографом». Благодаря тому, что Аристофан высмеивал несправедливость, а также затрагивал тему правды, им было выведено два главных требования к смеху:

1. Смех должен прямо отражать «зло», не используя абстрактных намеков.
2. Объектом смеха не может выступать слабость людей [24].

Обращаясь к пониманию комического, следует рассмотреть определение, которое было дано в 20 веке французским философом Анри Бергсоном. По словам философа, комическое – это в первую очередь живое явление, вследствие чего оно требует уважительного отношения [4, с. 64]. Таким образом, можно предположить, что комическое это определенная эстетическая ценность для всего человечества.

Следует отметить, что в работе под названием «Смех», помимо определения, А. Бергсон выдвинул три основных положения характеризующих комическое:

1. А. Бергсон подчеркивает, что смех – это исключительно человеческое явление. Человека философ описывал как «умеющего смеяться животного».
2. А. Бергсон говорит о том, что с развитием общества смех приобретает все большую и большую «нечувствительность». Можно предположить, что это находит свое отражение в возрастающей популярности «черного юмора».
3. Вместе с тем, философ акцентирует внимание на том, что сознание человека, воспринимающего комическое, должно состоять в связи с сознаниями других людей. Один человек, по словам А. Бергсона, не в состоянии оценить комическое [4, с. 66].

Таким образом, юмор связан с человеком и непосредственно с его развитием. Юмор развивается вместе с людьми благодаря тому, что он непрерывно «впитывает» в себя их культурные и национальные ценности [43, с. 28]. Социокультурная природа этого явления непосредственно проявляется в том, что юмор выступает в роли одного из инструментов построения личности [29, с. 26]. Следовательно, это явление представляет собой один из способов познания окружающего мира.

В добавление к вышесказанному, стоит отметить, что юмор каждой отдельной нации обладает набором характерных качеств, отличающих его от других.

К примеру, говоря об американском юморе, можно отметить слова журналиста А. В. Сафира. Касательно характерных черт юмора нации, А. В. Сафир выделял такие особенности как: саркастичность, многогранность, практичность и холодность [32].

В то же время, обращаясь к русскому юмору, можно вспомнить слова журналиста Н. А. Вальянова. По его мнению, русский юмор, подобно американскому, редко понятен представителям других культур. Касательно характерных качеств, Н. А. Вальянов выделял следующие: доброта, воздействие слова и ожидание последующей реакции на него, простота, естественность [8].

Необходимо отметить, что комическое, как многогранное и социокультурное явление, обладает рядом определенных функций. Марина Александровна Кулинич, в работе под названием «Семантика, структура и прагматика англоязычного юмора» выделяет семь функций комического:

1. Эстетическая функция, благодаря которой человек шутит, смеется и отдыхает.
2. Социализирующая, благодаря которой человек выражает культуру своей нации посредством шуток.
3. Коммуникативная, позволяющая создавать межличностные отношения между людьми.
4. Катарсическая, благодаря которой человек может пошутить над своими неудачами, чтобы проще преодолеть проблемы.
5. Саморегуляционная функция, во многом похожая на катарсическую;
6. Эвристическая, позволяющая разграничить форму и содержание той или иной ситуации.
7. Творческая функция, благодаря которой человек способен развиваться [23, с. 199].

Подводя итоги первой части первой главы, можно сказать о том, что комическое несомненно существует столько, сколько существуют разумные

люди. Минувя столетия, потребность в комическом не пропадает, а только растет. В то же время, важен тот факт, что сущность комического очень сложна. Оно обладает широким спектром функций, а также характеризуется социокультурной природой возникновения. Таким образом, такое многогранное явление существует только в человеческом обществе и развивается вместе с ним.

1.2 Лингвистические теории комического

Комическое, как многогранное явление, исследуется в областях многих современных научных дисциплин, к примеру, таких как: когнитивная лингвистика, лингвокультурология и психолингвистика [6].

Подобным образом, в течение многих лет исследований, ученые стремились разгадать механизмы возникновения комического эффекта у человека. Вследствие этого, Сальваторе Аттардо, автор труда под названием «Лингвистические теории комического» выделил в нем следующий ряд основных теорий:

1. Семиотические.
2. Семантические:
 - теория фреймов;
 - теория бисоциации;
 - теория скриптов.

Теории, относящиеся к категории семиотических, которые также называют «текстовыми», объединены по одному общему принципу – восприятие комического в тексте [44, с. 293].

В то же время, многие ученые отмечают большую значимость семантических или же когнитивных теорий. В частности, Е. Е. Семенова подчеркивает важность исследований в этой области. По словам Е. Е. Семеновой, мы способны создавать комическое, воспринимать его и

воспроизводить именно благодаря когнитивным способностям человеческого сознания [33].

Одна из первых семантических теорий комического принадлежит американскому ученому Марвину Ли Минскому. М. Л. Минский специализировался в области изучения искусственного интеллекта, когнитивной психологии, а также нейронных сетей.

Ученый разработал семантическую теорию, ключевым элементом которой был «фрейм». Под этим термином М. Л. Минский подразумевал структурный элемент человеческого восприятия действительности. В сходной манере, поток информации, поступающий в сознание, разделяется на отдельные составляющие и интерпретируется мозгом в виде фреймов. Вместе с тем, в каждом отдельном фрейме фиксируется представление о той или иной ситуации [25, с. 26].

Таким образом, мышление человека, как утверждал М. Л. Минский, функционирует по принципу перехода от одного фрейма к другому. Важно отметить, что логика здравого смысла работает посредством перехода между теми фреймами, у которых присутствует логическая связь.

Между тем, говоря о комическом эффекте, М. Л. Минский отмечал, что его возникновение основано на резкой смене фреймов, не имеющих общей связи. Другими словами, реципиент испытывает «эффект обманутого ожидания». Важно отметить, что по словам ученого, смена фреймов – это основной элемент любой комической ситуации [25, с. 34].

Впоследствии теория фреймов легла в основу исследований венгерского писателя Артура Кёстлера. А. Кёстлер создавал свою теорию основываясь на той идее, что комический эффект возникает в тот момент, когда в человеческом сознании выстраивается уникальная связь между элементами двух абсолютно разных контекстов или, так называемых, матриц. Полученная комбинация из связи нескольких элементов двух матриц приобретает новое значение в сознании человека. Эту комбинацию А. Кёстлер назвал «бисоциацией», так как

построение связи происходит между контекстами, не имеющими «ассоциации» [46, с. 443].

В сходной манере, по словам А. Кёстлера, бисоциация между двумя несовместимыми матрицами вызывает значительный комический эффект. Также, писатель отмечал, что в целях создания комического эффекта посредством бисоциации, реципиент должен находиться в сильном эмоциональном напряжении [46, с. 450].

Между тем, следует рассмотреть еще одну лингвистическую теорию комического. Подобно тому, как теория бисоциаций Артура Кёстлера была создана благодаря положениям теории фреймов Марвина Ли Минского, так и эта теория использует в своей основе предыдущие исследования.

Таким образом, отечественный лингвист Виктор Витальевич Раскин развил теорию бисоциаций А. Кёстлера в одной из своих самых выдающихся работ. В. В. Раскин назвал работу «теория скриптов», которая также называется «теория семантических сценариев» [50, с. 214].

В. В. Раскин в своем исследовании использовал такое понятие как «скрипт» или «семантический сценарий». Он описывал этот термин, как определенную когнитивную структуру, которая возникает вследствие фиксации той или иной информации человеческим сознанием. Стоит заметить, что между фреймом, бисоциацией и скриптом присутствует некоторое сходство.

Вместе с тем, скрипты непосредственно участвуют в создании комического эффекта. По словам ученого, комическое состоит из трех элементов: двух скриптов и, так называемого «переключателя». Переключатель, который В. В. Раскин также называл пусковым механизмом, представляет собой эксплицитный структурный элемент комического [50, с. 216].

Существует два вида переключателей: двусмысленный, отражающий многозначность ситуаций и усложняющий работу переводчика, а также контрадикторный, отражающий противоречивость ситуаций и способствующий

упрощению работы переводчика. Второй тип переключателей создает в человеческом сознании одну из следующих оппозиций:

1. Реальное и нереальное.
2. Истинное и ложное.
3. Возможное и невозможное.
4. Нормальное и ненормальное [50, с. 223].

Таким образом, посредством переключения между двумя оппозиционными скриптами, достигается сильный комический эффект.

В добавление к высказанному, нельзя не упомянуть тот факт, что впоследствии В. В. Раскин, и С. Аттардо разработали совместный труд под названием «Общая теория вербального юмора». Помимо расширения области исследования, учеными были установлены шесть ключевых элементов, на которых строится комическое. Таким образом текст комического представляет собой комбинацию следующих элементов:

1. Язык, как базовый компонент отвечающий за вербализацию.
2. Логический механизм, обеспечивающий связь двух несовместимых скриптов или сценариев.
3. Оппозиция скриптов.
4. Повествовательная стратегия – внедрение комического в одну из форм повествовательной организации.
5. Цель.
6. Контекст ситуации [45].

Подводя итог по рассмотренным теориям, объясняющим возникновение комического эффекта, можно разграничить их по основным отличительным чертам. Соответственно, отличие кроется в том, что каждая из трех теорий рассматривает разные виды связи между контекстами. Также, немаловажен тот факт, что каждая теория представляет уникальное видение на структурное мышление человека.

1.3 Кинотекст и его характерные черты

Многие виды искусства характеризуются наличием уникального языка. Вместе с тем, кинематограф также обладает подобным языком. В кино существует особенный язык, под названием «кинотекст» [41, с. 103].

Прежде чем переходить непосредственно к кинотексту, следует рассмотреть другое, более широкое понятие. Дело в том, что кино, наряду с радио, телевидением, а также агитационными, пропагандистскими и рекламными текстами входит в категорию «креолизованных текстов». Термин был введен в 1990 году советскими лингвистами Евгением Фёдоровичем Тарасовым и Юрием Александровичем Сорокиным. Под креолизованными текстами ученые понимали тексты, в состав которых входят две негомогенные части: вербальная, представляющая собой речь, а также невербальная, представляющая собой любые другие знаковые системы отличные от естественного языка [36, с. 67].

Между тем, кинотекст, благодаря массовому распространению кинематографа, занял лидирующую позицию среди всех представителей креолизованных текстов [17, с. 21]. Вместе с тем, существует необходимость в определении термина «кинотекст». Ряд ученых, в число которых входят Г. Г. Слышкин, Е. Б. Иванова и М. А. Ефремова, в рамках проведения Волгоградской научной школы определили кинотекст, как логичное, полное, законченное информационное сообщение, созданное благодаря коллективному автору, состоящее как из вербальных, так и невербальных знаков, и зафиксированное при помощи физического носителя в целях восприятия этого сообщения в дальнейшем любым возможным реципиентом в видео и аудио формате [35, с. 124].

Кроме того, необходимо упомянуть тот факт, что кинотекст – это авторское литературное произведение, воплощённое в видео формате. Однако, когда письменный литературный сценарий интерпретируется в визуальный формат, он становится художественным произведением, включающим с себя

ряд отличительных признаков, которые характерны для передачи словесного текста в видео формат.

В добавление к вышесказанному, следует обозначить основные черты, присущие кинотексту:

1. Членимость структуры.
2. Когерентность.
3. Наличие ретроспекции и проспекции, что отражает многомерность.
4. Многоканальная информативность.
5. Антропоцентризм.
6. Коллективное авторство.
7. Прагматическая направленность [41, с. 115].

Отсюда следует, что кинотекст – это продукт лингвосемиотической природы, рассматривающийся в рамках современной науки, как главный представитель креолизованных текстов.

1.4 Киноперевод как вид художественного перевода

Кино, как новый вид искусства, зародилось совсем недавно, но на сегодняшний день оно достигло поразительных масштабов популярности [38, с. 102]. Кино можно отнести к одному из главных средств коммуникации. Этот вид искусства органично объединил в себе многое: литературу, театр, музыку, и даже живопись. Благодаря этому, кинематограф достиг глобального распространения [40, с. 305]. Это сильно повлияло на заинтересованность в этом социальном и культурном явлении исследователей из различных областей науки, а также, в основном, переводчиков.

Вместе с тем, если говорить о кинопереводе, как об одном из видов перевода, его нельзя отнести ни к одному из существующих. Во-первых, согласно общей классификации видов перевода, можно выделить следующие виды: устно-устный, письменно-письменный, устно-письменный и письменно-устный перевод [21, с. 234]. Во-вторых, сценарий воспроизводится на экране

двумя существующими способами: через звукоряд (коммуникация между персонажами картины), и видеоряд (действия актеров и их игра) [12, с. 22]. Отсюда следует, что киноперевод не относится ни к одному из видов, но он в тоже время несет в себе признаки некоторых из них. Более того, перевод кинотекста либо подготавливается заранее как письменный, либо, не имея возможности подготовить перевод, переводчику приходится прибегать к синхронному переводу или переводу с листа. Следовательно, киноперевод, включая в себя черты и письменного, и устного переводов, обладает, так называемой, «гибридностью» [11, с. 11].

Следует подчеркнуть, что гибридность киноперевода обуславливает крайнюю специфичность этого процесса. Естественно, переводчику, работающему в сфере аудиовизуального перевода, необходимо не только отличное знание языков, но также умение соблюдать прагматизм и тональность оригинального произведения. Важно отметить, что кроме этого, в целях качественного перевода кино, необходимо знание современных реалий обоих языков, так как каждый фильм содержит в себе множество лексики, которая несет совершенно разную смысловую нагрузку. Более того, особое внимание стоит обратить на соблюдение интонаций, так как стилистическая окраска одного и того же слова, в зависимости от ситуации кинопроизведения, меняется [11, с. 135].

Все вышесказанное доказывает, что киноперевод следует относить к отдельному виду перевода [22, с. 41]. Киноперевод отличается не только гибридностью, но также и следующими характерными чертами:

1. Переводчик обязан соблюдать общие временные рамки звучания.
2. Информация воспринимается реципиентом мгновенно.
3. Киноперевод осуществляется вместе с просмотром видеоряда, так как переводчику необходимо выбрать такой вариант перевода фразы, чтобы ее начало и конец соответствовали фразе на исходном языке кинопроизведения.

1.5 Виды аудиовизуального перевода

На основе информации упомянутой в третьей части первой главы, ученые лингвисты подметили тот факт, что аудиовизуальный перевод отличается от всех существующих видов перевода [19]. Таким образом, этот вид перевода следует относить к отдельной научной дисциплине, обладающей уникальным понятийным аппаратом.

В уточнение к вышесказанному, стоит определить основные характеристики аудиовизуально перевода, лежащие в основе его подразделения на различные виды:

1. Аудиовизуальный перевод характеризуется ограниченностью, благодаря присутствию большого количества внешних ограничений по отношению к коммуникативной ситуации.
2. Аудиовизуальный перевод полисемантичен по содержанию, так как любой реципиент вынужден декодировать информацию сразу на нескольких уровнях восприятия.
3. Аудиовизуальный перевод требует от переводчика знаний в области семантического анализа, а также, что более важно, семантического синтеза – это обуславливается параллельностью потоков информации при переводе [19].

Отсюда следует очевидный факт – при аудиовизуальном переводе, переводчик вместо буквального перевода, производит семантический синтез смысловых потоков. Таким образом руководитель российской школы аудиовизуального перевода Козуляев Алексей Владимирович сделал вывод о том, что в качестве основы для классификации аудиовизуального перевода, следует использовать показатель уровня взаимодействия параллельных потоков информации. Также А. В. Козуляев уточнил, что работая с аудиовизуальным переводом и переходя от одного его вида к другому, переводчик должен принимать во внимание тот факт, что роль как визуальных, так и референтных факторов прогрессирует [19].

Подводя итог вышесказанного, необходимо отметить, что градация видов аудиовизуального перевода очень широка. Следовательно, в рамках этой работы, имеет смысл уделить внимание тем видам перевода, которые используются при работе с визуальными произведениями области кинематографа чаще всего. Классификация основополагающих видов аудиовизуального перевода, включающая в себя три вида, выглядит следующим образом:

1. Субтитры.
2. Закадровый перевод.
3. Дублированный перевод [11, с. 156].

Следует рассмотреть каждый вариант подробнее.

1.5.1 Субтитры

Для начала разберем перевод с субтитрами. Этот способ, в следствие того, что исходный аудио ряд на иностранном языке сохраняется, в то время как на экране появляется его письменный перевод, представляет собой письменный перевод устного текста [27, с. 148]. Субтитры могут использоваться как в целях передачи непосредственной речи персонажей визуального произведения, так и в целях введения дополнительных, поясняющих комментариев [13, с. 56].

Вместе с тем, процесс перевода визуального произведения с использованием субтитров подразделяется на определенные этапы:

1. Переводчик получает так называемый «скрипт», представляющий собой текст на исходном языке визуального произведения.
2. Переводчик выполняет полный перевод скрипта.
3. Полученный текст на языке перевода делится на субтитры по правилам субтитрирования, а затем на отдельные строки.

4. Полученные субтитры при помощи специализированного программного обеспечения фиксируются за определенными кадрами, и вместе с тем фиксируются с голосом персонажей.
5. Производится коррекция, финальная проверка и монтаж строк субтитров поверх видеоизображения [14, с. 309].

Необходимо отметить, что перевод с субтитрами представляет сложную задачу не только в технической области, но также непосредственно и в области достижения адекватного перевода. В целях выполнения этой задачи переводчик прибегает к использованию множественных грамматических, лексических и лексико-грамматических приемов [1, с. 18]. Подобным образом, когда герои визуального произведения произносят длинные сценарные реплики с высокой скоростью, переводчик прибегает к сжатию информации, акцентируя при этом внимания на передаче семантической эквивалентности высказываний. Также следует упомянуть тот факт, что при переводе с субтитрами существуют четкие нормы объема знаков, количества строк в субтитрах, а также продолжительности показа субтитров на экране. Таким образом, переводчик должен знать о подобных нормах и придерживаться их при осуществлении перевода. В целях достижения адекватного перевода приходится убирать или изменять фрагменты исходного текста. К подобным языковым фрагментам относятся:

1. Систематически повторяющиеся высказывания.
2. Вводные конструкции.
3. Модальность в выражениях и фразах [34, с. 87].

В добавление к вышесказанному, необходимо упомянуть то, что частота использования этого вида аудиовизуального перевода очень высока [14, с. 312]. К сожалению, несмотря на то, что критерии, требования и правила перевода с субтитрами давно исследованы и описаны многими учеными лингвистами, нельзя сказать о высоком качестве исполнения подобных переводов. Дело в том, что большая часть переводов выполняется некомпетентными переводчиками-любителями в силу простоты использования этого вида

перевода в современных реалиях, когда за всю техническую часть отвечает автоматическое программное обеспечение.

1.5.2 Закадровый перевод

Закадровый перевод представляет собой процесс при котором громкость аудио ряда на исходном языке снижается практически на половину, в то время как поверх этого аудио ряда «накладывается» аудио ряд с высокой громкостью на языке перевода [27, с. 156].

Следует отметить, что при использовании такого вида аудиовизуального перевода, у актера дубляжа, озвучивающего текст перевода, имеется наибольшая творческая «свобода» [31, с. 587]. Таким образом, за неимением связи с визуальным синтаксисом произведения, он может ускорять или замедлять темп речи в тех местах, где объем текста перевода больше исходного текста или, соответственно, меньше. Следовательно, в процессе перевода, переводчик встречается с наименьшим количеством трудностей.

В то же время, в современном мире наблюдается тенденция, согласно которой визуальный синтаксис оказывает все большее влияние даже на закадровый способ перевода [11, с. 168]. Отсюда следует то, что даже при наличии максимальной свободы действий переводчику все чаще необходимо прибегать к компрессии и сжимать длинные реплики, передавая лишь главную информацию.

1.5.3 Дублированный перевод

Дублированный перевод, который также именуется как «дублирование» или «дубляж» имеет такую же степень распространения, как и перевод с субтитрами [13, с. 67]. В то же время, в отличие от субтитров, этот вид аудиовизуального перевода представляет собой устный перевод устного текста

[27, с. 164]. Таким образом, в процессе дубляжа аудио ряд на исходном языке полностью заменяется аудио рядом на языке перевода.

Дубляж – это самый трудозатратный и дорогостоящий вид аудиовизуального перевода. В среднем, стоимость дубляжа в 15 раз выше стоимости перевода с субтитрами [13, с. 75]. В процессе работы как переводчики, так и актеры дубляжа уделяют особое внимание таким аспектам, как артикуляция и ритм проговаривания реплик. Тем не менее, использование дубляжа в переводе кино создает неповторимый эффект того, что герои кинокартины общаются на языке перевода.

Выводы по первой главе

Подводя итоги первой главы, можно сказать о том, что такое многогранное явление, как комическое, существует только в человеческом обществе и развивается вместе с ним. Оно обладает широким спектром функций, а также характеризуется социокультурной природой возникновения.

Вместе с тем, были рассмотрены теории, объясняющие возникновение комического эффекта. Рассмотренные теории во многом похожи друг на друга. Их главное отличие кроется в том, что каждая из трех теорий представляет разные виды связи между контекстами. В результате, было определено, что возникновение комического эффекта связано с резким, неожиданным или контрадикторным переходом между двумя контекстами ситуаций в человеческом сознании.

Проанализировав понятие «кинотекст», как представителя креолизованных текстов, было подтверждено, что кинотекст – это продукт лингвосемиотической природы. В работе был определен ряд основных черт, присущих кинотексту:

1. Переводчик обязан соблюдать общие временные рамки звучания.
2. Информация воспринимается реципиентом мгновенно.
3. Киноперевод осуществляется вместе с просмотром видеоряда, так как переводчику необходимо выбрать такой вариант перевода фразы, чтобы ее начало и конец соответствовали фразе на исходном языке кинопроизведения.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что киноперевод, как и аудиовизуальный перевод следует относить к отдельной научной дисциплине, обладающей уникальным понятийным аппаратом.

В итоге, была рассмотрена классификация аудиовизуального перевода, в которую вошли три вида перевода: субтитры, закадровый перевод и дублированный. Эта классификация была предложена А. В. Козуляевым. В качестве основы он предложил использовать показатель уровня взаимодействия параллельных потоков информации, так как при аудиовизуальном переводе,

переводчик вместо буквального перевода, производит семантический синтез
СМЫСЛОВЫХ ПОТОКОВ.

Глава 2 Анализ специфики и стратегия перевода комического в кинотекстах

2.1 Сложности перевода, содержащего элементы комического

Комическое является неотъемлемой частью любого визуального произведения вне зависимости от его жанровой принадлежности. К примеру, сценаристы часто используют шутки в фильмах, относящихся к жанрам отличным от комедийного, таких как «боевик», «триллер» и даже «драма». Такое использование комического можно объяснить стремлением привнести разнообразие во время просмотра кинокартины для потенциальных реципиентов [15, с. 312].

В дополнение к вышесказанному следует добавить, что посредством многочисленных опросов, проводившихся из года в год как среди обычного населения, так и среди представителей киноиндустрии, ни раз было доказано, что наиболее распространенным и популярным жанром визуальных произведений является именно комедийный жанр [30].

Между тем, авторы, работающие над созданием визуальных произведений в этом жанре, в стремлении создать комический эффект, чаще всего прибегают к работе с вербальной информацией. Вместе с тем, переводчику, работающему над переводом кинотекстов приходится сталкиваться с большим количеством трудностей. Стоит отметить, что некоторые из них встречаются чаще, но так или иначе каждая трудность требует от переводчика не только глубокого знания теории перевода, но также и знания большого количества дополнительной, фоновой информации.

Таким образом, к трудностям можно отнести:

1. Реалии.
2. Когнитивный диссонанс.
3. Эквивалентность [9, с. 394].

В рамках этой работы, следует рассмотреть каждый пункт подробнее.

2.1.1 Трудности передачи реалий

Как уже ни раз было упомянуто в работе – основной проблемой для аудиовизуального переводчика является различие в восприятии юмора между культурами. Подобным образом, нередко встречаются случаи, когда шутка, придуманная автором в одной стране, для реципиентов его культуры, в другой может оказаться непонятой или даже оскорбительной [28, с. 7].

Кроме того, работая над решением этой проблемы переводчик должен осознавать, что в рамках аудиовизуального перевода отсутствует возможность введения поясняющих комментариев, так как в этом виде перевода, реципиент воспринимает информацию мгновенно.

Таким образом, кинотекст любого комедийного произведения, содержит массу референсов, которые, как правило, понятны лишь в одной культуре и абсолютно незнакомы для реципиентов других культур. В качестве подобных референсов могут выступать: песни, литературные произведения, персонажи книг, ТВ-реклама [28, с. 8].

Необходимо отметить, что передача подобных реалий, ввиду их отсутствия в культуре, говорящей на языке перевода, составляет огромную проблему для переводчика [28, с. 8].

2.1.2 Когнитивный диссонанс

Несомненно, проблематика интерпретации текстов, содержащих элементы комического, порождает высокий интерес у исследователей в области теории перевода. Важно отметить, что несмотря на то, что комедийная составляющая кинопроизведений строится на вербальной информации (игра слов, окказионализмы, сленг), в то же время, комичность опирается и на невербальную составляющую. Более того, эта связь в кинокартине неразрывна. Поэтому, переводчик должен учитывать оба типа информации. Таким образом, комедийность ситуации состоит не только из того, что говорит главный герой,

но и как он это говорит. Следовательно, есть основания полагать, что переводчик, в процессе передачи комического, может испытать явление, известное в теории перевода, как «когнитивный диссонанс» [18, с. 69].

Необходимо отметить, что изучение современного когнитивного подхода в области перевода постулирует, что любая стратегия межъязыкового перевода осуществляется в рамках когнитивного информационного поля, внешними границами которого является ситуация, а успех работы переводчика зависит от соответствующих навыков и способностей использования потенциала этого поля. Считается, что обстоятельства, препятствующие созданию точного соответствия между знаком ПЯ и объектом ИЯ, определяются как «разрыв» и выступают главной причиной образования когнитивного диссонанса [18, с. 76].

Между тем, стоит упомянуть, что теория когнитивного диссонанса была разработана в 1957 года американским психологом Леоном Фестингером. Он утверждал, что любой индивид, столкнувшийся с фактом присутствия когнитивного диссонанса, а также испытывающий из-за этого психологический дискомфорт, будет пытаться снизить степень его воздействия, в целях достижения консонанса. Этот принцип также применим для перевода кинотекстов – задача переводчика, столкнувшегося с когнитивным диссонансом при переводе комического, приложить максимальные усилия в поисках варианта перевода, который снизит эффект диссонанса [18, с. 77].

В добавление к вышесказанному, стоит сделать следующий вывод. Для переводчика, работающего с комедийной кинокартиной, следует акцентировать внимание на принимающей культуре. Более того, если необходимо – создавать новый текст на языке перевода, который не будет уступать по комическому эффекту исходному языку кинопроизведения.

2.1.3 Проблемы переводческой эквивалентности

В наше время, количество аудиовизуальных произведений на рынке продаж стремительно растет. Этот факт, однако, нельзя считать удивительным.

Люди 21 века выросли на подобных произведениях – сериалы, фильмы и видеоигры лежат в основе любой современной культуры. Вместе с тем, естественно, растет спрос на качественный аудиовизуальный перевод, что порождает новые исследования в теории перевода.

Не вызывает сомнения, что аудиовизуальный перевод представляет собой особенный вид перевода, так как он дает нам представление о мире и с точки зрения языка, и с точки зрения культуры. Переводчику помимо знания обоих языков, также необходимо иметь хорошие представления о специфике обеих культур [39, с. 47]. В то же время, не стоит забывать о том, что аудиовизуальный перевод является самостоятельным видом перевода и имеет четкие нормы, особенности и цели.

Вновь возвращаясь к сказанному ранее, в четвертой части первой главы – киноперевод, обладая гибридностью, не относится ни к одному из видов перевода. Между тем, если разобраться в этом подробнее, то можно обнаружить, что аудиовизуальный перевод, по словам А. В. Козуляева, характеризуется, как мультимодальная система, вследствие чего состоит из четырех составляющих:

1. Визуальный ряд, состоящий из невербальной информации.
2. Визуальный ряд, состоящий из вербальной информации.
3. Аудио ряд, состоящий из невербальной информации.
4. Аудио ряд, состоящий из вербальной информации [20, с. 5].

В уточнение к вышесказанному, есть основания полагать, что в рамках аудиовизуального перевода кинопроизведений, следует уделять внимание невербальной информации. Дело в том, что группой под руководством Анны Пилар Орейро был проведен эксперимент на зрителях в кинозале [38, с. 176]. В ходе эксперимента выявлено, что 68% внимания реципиенты уделяли визуальному ряду художественной картины и лишь 32% текстовому. Следовательно, можно сказать, что профессиональный аудиовизуальный перевод должен характеризоваться дискурсоцентрическим подходом, основанным на восприятии невербальной информации.

В то же время, при использовании лингвоцентрического подхода, аудиовизуальный переводчик в процессе перевода получит, так называемый, «подстрочник». Далее, необходимо провести ряд изменений в переводе в целях достижения «динамической эквивалентности» [20, с. 7].

Этот термин ввел Юджин Найда. Стоит отметить, что он выделял два вида эквивалентности:

1. Динамическая.
2. Формальная [48, с. 78].

Считается, что динамическая эквивалентность характеризуется принципом эквивалентного эффекта – это означает, что воздействие на реципиентов от кинопроизведения на исходном языке должно полностью совпадать с воздействием от варианта картины с переводом. Другими словами, задача переводчика – передать полный смысл исходного кинопроизведения, даже если перевод будет сильно отличаться от исходного варианта. В то время как перевод, полностью повторяющий букву иностранного текста, характеризуется формальной эквивалентностью, и не является подходящим переводом для аудиовизуального произведения [48, с. 80].

Следует подчеркнуть, что динамическая эквивалентность характерна не только для аудиовизуального перевода. Ее использование также актуально для следующих типов перевода:

1. Перевод видеоигр.
2. Перевод рекламных сообщений.
3. Перевод стихов и песен [20, с. 13].

В дополнение к сказанному ранее, в этом виде перевода, как и в любом другом, есть четкие нормы и приоритеты:

1. Передача контекстного значения важнее, чем следование букве исходного языка.
2. Нормы устной речи важнее, чем письменной.
3. Динамическая эквивалентность важнее формальной.
4. Потребности аудитории важнее языковых норм [20, с. 14].

Надо обратить внимание на то, что аудиовизуальному переводчику необходимо соблюдать вышеперечисленные нормы, чтобы достичь цели аудиовизуального перевода. Цель этого вида перевода заключается в воспроизведении одной и той же реакции, как у реципиентов, воспринимающих исходный вариант кинокартины, так и у тех реципиентов, кому приходится довольствоваться переводом [19]. Однако, пренебрегая подобными нормами, переводчик рискует передать смысл неверно. К примеру, если при переводе комедийного сериала переводчик создал неадекватный перевод шутки, то реципиент услышит закадровый смех, но не испытает соответствующую реакцию.

В заключение, стоит упомянуть явление, под названием, «парадоксальная глухота». Оно относится к аудиовизуальному переводу и представляет собой процесс затормаживания понимания киноповествования зрителями. Это явление возникает в ходе того, что переводчик не имеет знаний в области построения визуальной составляющей кинокартин, и из-за этого сцена и ее перевод не складываются в единое целое [19]. Таким образом, познания в этой области также важны для аудиовизуального переводчика, как знание языков и культур, так как переводчик напрямую зависит от видео ряда кинопроизведения.

2.2 Стратегии и приемы передачи комического

Стратегия перевода – это то, что используют все переводчики. Однако, при этом не каждый уделяет этому должное внимание. В большинстве случаев стратегия перевода строится неосознанно и вырабатывается до автоматизма с годами практики. Более того, в некоторых случаях стратегия, как предпереводческий процесс, может формироваться непосредственно во время процесса перевода, базируясь на использовании переводческих приемов [21, с. 242].

Таким образом, стоит разобраться с определениями терминов «переводческая стратегия» и «переводческие приемы», а также обратить внимание на то, как они используются при переводе комического.

Стоит начать с переводческой стратегии, так как именно она определяет дальнейший процесс перевода и использование переводческих приемов. Необходимо отметить, что в основе определения этого термина, будут рассмотрены три различные формулировки, авторами которых выступают Вилен Наумович Комисаров, Ханс Петер Крингс, а также Кристиана Норд. Важно отметить, что в целом переводческая стратегия понимается всеми тремя учеными одинаково, но в своих формулировках, они отмечают определенные ключевые различия.

В. Н. Комисаров в своей формулировке переводческой стратегии акцентирует внимание на том факте, что мышление переводчика – это и есть его переводческая стратегия [21, с. 249]. К. Норд определяет переводческую стратегию, как глобальный план действий переводчика, который создается в целях достижения адекватного перевода наиболее экономным путем [49, с. 61]. Х. П. Крингс в свою очередь отмечает, что переводческая стратегия – это план переводчика по решению конкретной переводческой проблемы, в рамках конкретной переводческой задачи [47, с. 145].

В дополнение к вышесказанному, необходимо подвести итог по определению термина «стратегия перевода». Из приведенных выше формулировок следует тот факт, что переводческая стратегия – это глобальный план действий переводчика, построенный на основании его мышления и направленный на устранение проблем, встречающихся в процессе перевода, наиболее экономным путем.

В сходной манере, следует рассмотреть понятие «переводческого приема». Переводческие приемы – это конкретные действия, применяемые переводчиком при возникновении той или иной трудности в процессе перевода. Цель использования переводческих приемов – устранение возникших трудностей [21, с. 262]. Следовательно, переводческие приемы, в отличие от

стратегии перевода, находят применение непосредственно во время процесса перевода.

Как отмечал В. Н. Комиссаров, в основе переводческих приемов лежит использование переводческих трансформаций. В. Н. Комиссаров определял их как преобразования, позволяющие переводчику перейти от языковых единиц оригинала к единицам перевода [21, с. 265]. Классификация трансформаций, в зависимости от характера производимых преобразований, выглядит следующим образом:

1. Лексические.
2. Грамматические.
3. Лексико-грамматические [21, с. 266].

В категорию лексических трансформаций, входит широкий список трансформаций:

1. Транскрибирование или копирование звучания слова оригинала.
2. Транслитерация или копирование формы слова.
3. Калькирование или точный перевод значимых частей.
4. Лексико-грамматические замены, основанные на модификации лексических единиц:
 - генерализация или обобщение смысла слова;
 - конкретизация или уточнение смысла слова;
 - модуляция или логическая замена исходного слова [21, с. 273].

В категорию грамматических трансформаций входит следующий ряд трансформаций. Членение предложений – замена одного предложения на исходном языке несколькими предложениями на языке перевода. Объединение предложений, представляющее собой обратную операцию.

Также в эту категорию входят грамматические замены. Эта трансформация подразумевает намеренную замену частей речи, членов предложения или типа предложения исходного языка на единицу языка перевода, имеющую другое грамматическое значение [21, с. 276].

В сходной манере следует рассмотреть категорию лексико-грамматических трансформаций. При описании этой категории, В. Н. Комиссаров включил в нее следующие приемы. Антонимический перевод, суть которого заключалась в замене отрицательной формы исходного языка на утвердительную форму на языке перевода. Также этот тип перевода подразумевает замену положительной формы на отрицательную. Описательный перевод – замена лексической единицы исходного языка на ее описание на языке перевода. Компенсация – приём перевода, при котором происходит замещение утраченных во время перевода элементов смысла той или иной единицы исходного языка [21, с. 278].

Вместе с тем, стоит отметить еще две трансформации, недошедшие в классификацию В. Н. Комиссарова, но присутствующие в классификации Леонида Степановича Бархударова – это опущения и добавления. Под опущением подразумевается исключение тех или иных лексические единиц исходного языка, значение которых избыточно и нерелевантно. Добавление – обратный процесс при котором происходит расширение текста на языке перевода по сравнению с текстом на исходном языке [3, с. 162].

В дополнение к вышесказанному, можно определить отличие «переводческой стратегии» от «переводческих приемов». Стратегия перевода отличается от переводческих приемов тем, что под этим термином подразумевается глобальный план действий переводчика, а не конкретные операции в процессе перевода, как в случае использования переводческих приемов.

Необходимо отметить, что переводческая стратегия и переводческие приемы важны при передаче комического в кинотекстах.

В большинстве случаев, при выборе стратегии перевода комического, переводчику приходится выбирать между передачей формы, либо передачей содержания. Этот аспект играет важную роль, в частности, при передаче способа создания комического под названием «игра слов». По словам Сергея Влахова и Сидера Флорина, переводчик, работая над переводом игры слов,

сталкивается с тем фактом, что передача формы, так называемого плана выражения, оказывается важнее, чем передача содержания [9, с. 360]. Однако, этот факт нельзя считать удивительным, так как чаще всего комический эффект с использованием игры слов обуславливается непосредственно формой комического на исходном языке.

Соответственно, при переводе комического крайне редко удается передать как форму, так и содержание. Ж. Мунэн вместе с В. Н. Комиссаровым отмечали, что подобная трудность вызвана тем, что грамматические структуры и лексический состав двух языков, участвующих в процессе перевода, сильно разнятся [21, с. 283]. Вместе с тем, объяснением может служить и различие в культурах. Соответственно, процесс перевода комического подразумевает намеренный отказ от одной из двух его составляющих.

Таким образом, переводчик в процессе перевода комического имеет выбор из следующих стратегий перевода:

1. Отказ от формы, в целях передачи семантического компонента выражения.
2. Отказ от содержания, в целях передачи формы и вместе с тем комического эффекта [9, с. 315].

В сходной манере, обращаясь к выбору переводческих приемов при передаче комического, следует отметить, что каждый способ создания комического эффекта требует применения особенного переводческого приема.

В уточнение к вышесказанному, необходимо привести несколько примеров. Обратимся к такому способу создания комического эффекта, как аллюзия [51, с. 62]. По словам Ирины Анатольевны Столяровой, переводчик, работая с передачей аллюзии, должен вначале распознать ее, а затем подобрать тот образ на языке перевода, который вызовет у реципиента идентичную реакцию [37, с. 32]. Таким образом, можно предположить, что в целях передачи аллюзии стоит использовать описательный перевод или такую трансформацию, как компенсация.

Между тем, И. А. Столярова акцентирует внимание на том факте, что зачастую при передаче комического, большую роль играют содержащиеся в нем реалии, к примеру, такие, как имена собственные и географические названия [37, с. 34]. Вследствие этого, в некоторых случаях использовать вышеупомянутый описательный перевод невозможно.

В качестве второго примера следует обратиться к самому частотному способу создания комического – к игре слов. По словам М. С. Чижа и И. И. Даниловой, перевод комического, построенного на употреблении игры слов может осуществляться при использовании трех основных приемов:

1. Опускания.
2. Компенсации.
3. Калькирования [42, с. 18].

Таким образом, было показано, что выбор стратегии перевода или переводческих приемов, непосредственно в процессе перевода при передаче комического, оказывает прямое влияние на итоговый результат критерия адекватности перевода, а также передачи комического эффекта.

2.3 История сериала «Теория большого взрыва»

«Теория большого взрыва» – это сериал или ситком, который представляет собой один из главных примеров современного киноискусства. Более того, достаточно посмотреть несколько серий произведения, чтобы убедиться в этом. Большое количество шуток, множество настоящих научных исследований и опытов, группа своеобразных персонажей, а также непредсказуемый сюжет, развивающийся на протяжении 13 лет, ставит этот сериал в одну степень с «иконами» кинематографа.

Благодаря своей разнообразности, сериал «Теория Большого Взрыва» получил колоссальное распространение на территории Соединенных Штатов Америки. Естественно, оставить этот сериал в пределах только английского

языка было бы неверным решением для создателей картины, поэтому перевод на русский язык не заставил себя долго ждать.

Как уже ранее было отмечено в работе, существует сразу несколько переводов этого сериала. В этой работе будет рассмотрен перевод от студии «Кураж-Бамбей». Более чем за 10 лет существования сериала, этот перевод успели оценить, как зрители, так и критики, посмотревшие это произведение.

Необходимо упомянуть тот факт, что студия кураж «Кураж-Бомбей» включает в себя 10 сотрудников, ровно половина из которых – переводчики. Один из них – это Денис Колесников. Он основал эту студию, а сейчас периодически выступает в роли переводчика, в то время как его основная деятельность заключена в редактировании перевода и озвучивании.

Важен тот факт, что ни один из пяти человек, занимающихся переводом, в этой студии не имеет профессионального переводческого образования. Тем не менее, вероятно, именно этот факт повлиял на то, что их перевод приобрел наибольшую популярность среди зрителей. Их перевод допускает вольности, уход от буквы оригинала, но благодаря этому, он отлично передает дух сериала, характерные особенности каждого из персонажей, а также его сложный и своеобразный юмор.

2.4 Сюжет сериала «Теория Большого Взрыва»

Сериал «Теория Большого Взрыва» рассказывает нам о жизни двух молодых и при этом очень талантливых ученых Леонарде Хофстедере и Шелдоне Купере, выпускниках Калифорнийского Технологического Института. В этом институте они продолжили свою деятельность в качестве физиков-исследователей. Они с детства были очень любознательными и умными детьми, много интересовались наукой, досрочно закончили школу и институт. Они считают себя настоящими гениями, но общество воспринимает их как обычных «ботаников». Возможно, этому сильно способствует тот факт, что они увлекаются фантастическими комиксами, в свободное время от работы

смотрят научно-фантастические фильмы, а также много спорят на научные темы.

Стоит отметить, что Шелдон и Леонард живут в одной квартире, куда часто заходят их лучшие друзья – Говард Воловиц и Раджеш Кутраппали. Они также являются отличными учеными-физиками.

Важно обратить внимание на то, что действие сериала разворачивается с момента, когда в соседнюю квартиру поселяется соседка Пенни. Пенни – молодая, красивая девушка со средним образованием, перебравшаяся в Калифорнию из штата Небраска, чтобы исполнить свою давнюю мечту и стать знаменитой голливудской актрисой.

С появлением новой соседки, жизнь молодых ученых начинает сильно меняться. Дело в том, что никто из них, на тот момент, не состоял в отношениях с девушками, более того, никто из них не знал, как общаться с противоположным полом, так как все свободное время они посвящают науке, но Леонард сразу же влюбляется в Пенни.

Следовательно, в сериале «Теория Большого Взрыва», зритель видит настоящее столкновение двух миров, а также их взаимодействие. С одной стороны, коммуникабельная, обычная девушка Пенни и группа замкнутых ученых, с другой.

2.5 Передача комического в сериале «Теория Большого Взрыва»

Создатели комедийного сериала «Теория Большого Взрыва» прибегали к применению широкого спектра различных способов создания комического эффекта. Таким образом, в рамках этой работы, нами было принято решение рассмотреть лишь ограниченный список, включающий наиболее выразительные из них:

1. Игра слов.
2. Сленг.
3. Сарказм.

4. Парадокс.
5. Гипербола.
6. Перифраз.
7. Повторы.
8. Неологизмы.
9. Окказионализмы [51, с. 65].

Мы рассмотрим теоретические аспекты по каждому способу, а также на примерах проанализируем перевод от студии «Кураж-Бомбей», в целях определения стратегии перевода того или иного способа.

Игра слов

Игра слов – это самый распространенный способ создания комического в кинотекстах [7, с. 6]. Для начала, стоит отметить, что существует множество вариаций этого способа. Следовательно, невозможно дать общее, и в то же время исчерпывающее, определение. Более того, в большинстве научной литературы, термин «игра слов» приравнивается к термину «каламбур». Общее определение включает в себя описания способа, как средства художественной выразительности, использующегося людьми в целях создания шутки или остроты [26, с. 7].

Необходимо отметить, что основа способа заключается в подмене значения одного слова на другое или в употреблении вместо него совсем иного слова. Вместе с тем, при создании комического с применением игры слов, автор может прибегать к изменению слов на трех уровнях: фонетическом, лексическом, а также фразеологическом. Однако, допускается и их смешивание [26, с. 8]. Следовательно, можно утверждать о существовании сотен возможных вариантов. Таким образом обуславливается широкое распространение этого способа.

В дополнение к вышесказанному, необходимо вкратце сказать о том, в чем заключается суть комического, созданного на основе игры слов, на каждом из трех уровней.

Фонетический уровень, как отмечают исследователи, характеризуется превалированием звуковой составляющей слова над его смыслом. Таким образом, во многих работах большее внимание уделяется двум другим уровням. Более того, существует определенное сомнение по классификации комического, построенного на фонетическом уровне, к категории игры слов [51, с. 74].

Лексический уровень включает в себя комическое, основанное:

1. На обыгрывании как целых слов, так и его отдельных частей.
2. На полисемии или омонимии.
3. На некоторых иных лексических категориях, включая антонимию, этимологию, термины, имена собственные и аббревиатуры [26, с. 13].

Фразеологический уровень отличается разнообразным обыгрыванием отдельных компонентов устойчивых сочетаний. В целях обыгрывания различных вариантов фразеологических единиц чаще всего используются две трансформации:

1. Изменение внешней составляющей или деформация.
2. Изменение внутренней составляющей или модификация [26, с. 14].

Между тем, важно отметить, что переводчик имеет право создавать различные вариации этого способа только при условии знания соответствующих правил. Можно сказать, что если переводчик, работающий над переводом комического, построенного на употреблении такого способа как игра слов, недостаточно осведомлен в этой области, то велика вероятность неверной интерпретации элемента комического. Следовательно, реципиент воспримет это, как несуразицу.

Рассмотрим способ создания комического эффекта с использованием игры слов на примере. Используем для этого диалог между Шелдоном и Раджешем:

Raj: I do not like bugs. They freak me out.

Sheldon: Interesting. You are afraid of **insects and women**. **Ladybugs** must render you catatonic (3,2) [53].

Перевод на русский язык выглядит следующим образом:

Раджеш: Я не люблю жуков, они меня пугают.

Шелдон: Как интересно. Ты боишься и **женщин, и пауков**. Если увидишь **самку паука**, должно быть, впадаешь в кому [52].

Стоит обратить внимание на слово «ladybug», вокруг которого и строится игра слов. В русском языке слово передающее такое значение, как «женщина-жук», не существует.

Так как именно в этом слове кроется семантический компонент комического, переводчик решил отказаться от использования такой трансформации, как замена, которая дала бы возможность сохранить форму. Переводчик принял решение передать содержание слова, в целях сохранения комического эффекта и логики повествования. Таким образом, вновь обращаясь к классификации стратегий перевода комического, представленной Ж. Мунэном и В. Н. Комиссаровым, можно сделать вывод о том, что переводчик использовал стратегию отказа от формы, в целях сохранения содержания. Переводчик для этой цели использовал описательный перевод и передал слово «ladybug», как «самка паука». При этом им была произведена конкретизация слова «insect» до значения «паук».

Важно отметить, что фразу «must render you catatonic», использованную с акцентом на слово «catatonic», переводчик также передал корректно. «Catatonic» можно передать как «повергнуть в шок», «шокировать», но переводчик прибегнул к гиперболизации и использовал перевод «впасть в кому», тем самым значительно усилив комичность ситуации.

В сходной манере, следует рассмотреть еще один пример. Здесь можно наблюдать диалог между Пенни и Заком. Контекст ситуации заключается в том, что Зак, являясь бывшим парнем Пенни, заводит с ней разговор о месте работы Пенни. Выясняется, что Зак может предложить ей отличную работу:

Penny: Yeah, lying is not my favorite part of the job. Actually, I am not so crazy about this place.

Zack: Hey, if you are not happy there, I have been looking for a new head of sales at my company. And we do not sell drugs, just **menus**, so the only lie you will be telling is we print on recycled paper. We do not.

Penny: Oh, this is a nice offer.

Zack: You know, we would make a great team. Or as we say in the menu business, I cannot do this without «**Me N U**».

Penny: Right, because it spells menu (10,22) [53].

Перевод на русский выглядит следующим образом:

Пенни: На самом деле, я не очень люблю врать на работе. Да и вообще, мне многое там не нравится.

Зак: Слушай, если тебе там так сильно не нравится – мне как раз нужен начальник отдела продаж. А продаём мы не лекарства, а «**менюшки**», так что врать придётся только о том, что мы печатаем их на переработанной бумаге. А это неправда.

Пенни: Слушай, а это интересное предложение.

Зак: Из нас бы вышла отличная команда, или как мы говорим в нашей среде: «**Меню невозможно без меню и тебя.**»

Пенни: Ааа, это типа, без меня и тебя [52].

Как можно было заметить, в конце диалога Зак произносит слоган компании, в которой он работает: «I cannot do this without Me N U». В этом слогане, можно заметить явное использование игры слов. Следует заметить, что Зак сделал это не только в целях снятия напряжения между двумя бывшими участниками романтических отношений, но также и для того, чтобы приободрить Пенни, а также «зажечь» в ней командный дух.

Однако, важно подметить, что в этом примере, в отличии от предыдущего, содержащего диалог между Раджешем и Шелдоном, игра слов осуществляется на уровне фонетики. В оригинале Зак стремится произнести слово «menu» таким образом, чтобы оно звучало похоже на английское

сокращение «Me N U», которое расшифровывается как «me and you». Соответственно, в целях выполнения этой задачи, он намеренно опустил звук [d] из фразы «me and you». Таким образом, посредством применения этого приема достигается комический эффект у реципиентов.

Между тем, обращаясь к переводу от студии «Кураж Бамбей», можно заметить, что их вариант перевода «меню невозможно без меню и тебя» не содержит игру слов на уровне фонетики. В целях создания перевода им также пришлось прибегнуть к нарушению категории падежа, что в свою очередь затрагивает уровень морфологии.

Таким образом, как и в предыдущем примере, переводчик, прибегнул к стратегии отказа от формы, в целях передачи семантического компонента выражения. В этом случае, это действие было обусловлено сильным различием между языками. Передать форму получилось бы только в том случае, если бы переводчик полностью изменил шутку так, чтобы в такой же форме ее можно было бы воспроизвести на русском.

Также стоит уделить внимание тому, как была переведена фраза «and we do not sell drugs». Дело в том, что в русском варианте перевода «а продаём мы не лекарства» был использован способ создания комического, не включенный в наш список – это инверсия. Частотность использования этого способа в комедийных визуальных произведениях намного ниже других, поэтому нами было принято решение не рассматривать его в рамках работы.

Сленг

Следующий способ основан на употреблении сленга. Для начала, следует рассмотреть понятие сленг. Сленг – это слова, выражения и фразы, встречающиеся в разговорной речи и употребляющиеся только в узких социальных, рабочих или корпоративных сферах, так как смысл сленга за пределами соответствующих групп теряется [51, с. 82]. Следует подчеркнуть, что именно потеря смысла за пределами границ использования сленга, является ключевой особенностью в создании комического эффекта. Подобным образом,

в комедийном произведении герои, общаясь между собой, употребляют сленг намеренно или случайно в присутствии людей, неосведомленных о его значении, что в последующем вводит последних в ступор. Таким образом, строится комичность ситуации.

Следует обратить внимание на то, что передача сленга в переводе ставит перед переводчиком непростую задачу. Так как в большинстве ситуаций для иностранного сленга отсутствует точный эквивалент в языке перевода, переводчику приходится прибегать к трансформациям, полностью меняющим лексическую составляющую, в целях передачи смысла шутки [9, с. 301].

Рассмотрим способ создания комического эффекта с использованием сленга на примере. Используем для этого диалог между Леонардом и Шелдоном. В этой ситуации Шелдон рассказывал Леонарду, какие имена он дал своим котам:

Sheldon: Yes. This is Enrico Fermi, Richard Feynman, Edward Teller, Otto Frisch, and **Zazzles**.

Leonard: Zazzles?

Sheldon: I was going to name him Herman von Helmholtz, but he is so **zazzy** (4,3) [53].

Перевод на русский язык выглядит следующим образом:

Шелдон: Да. Познакомься: Энрико Ферми, Ричард Фейнман, Эдвард Теллер, Отто Фриш, и **Лапусик**.

Леонард: Лапусик?

Шелдон: Я собирался назвать его Германом фон Гельмгольцем, но он такой **лапусичный** [52].

В этом фрагменте диалога, наблюдается употребление сленгового выражения «zazzy» и производного от него имени кота «Zazzles». Таким образом, перед переводчиком стояла задача, создать не только эквивалентный перевод сленга, но и учесть игру слов.

Стоит обратить внимание на тот факт, что в этом случае переводчик решил прибегнуть к использованию такой лексической трансформации, как

компенсация. Дело в том, что прилагательное «zazzy» можно передать на русский язык как «привлекательный» или «притягательный», но в целях сохранения игры слов, переводчик воспользовался трансформацией и использовал вариант перевода «лапусичный», и вместе с тем использовал слово «Лапусик» в качестве имени для кота и создания игры слов.

Таким образом, в этой ситуации переводчик, стремясь передать сленговое слово «zazzy» в том виде, в котором оно и присутствует в исходном тексте, сохранив за ним роль прилагательного в предложении, выбрал стратегию передачи формы, сохранив комический эффект. В то же время, важно обратить внимание на то, что вместе с формой удалось полностью передать и содержание.

Стоит отметить, что переводчик не потерял экспрессивно-эмоциональную окраску слов и передал комический эффект в полном его виде. Более того, использованием слова «Лапусик» в качестве имени для кота, он обратил внимание зрителя на мягкость главного героя, и его теплые отношения со своими питомцами.

Рассмотрим еще один пример с употреблением сленга:

Leonard: Well, if that was a movie, I would go to see it.

Penny: I know, right? Okay, let's see, what else? Um, that is about it. That is the whole story of Penny.

Leonard: Well, that sounds wonderful.

Penny: It was. Until I fell in love with a **jerk** (1,1) [53].

Перевод на русский язык:

Леонард: Если по нему снимут фильм, я его посмотрю.

Пенни: Круто, правда? Так, что еще рассказать? Больше и нечего. В этом вся история Пенни.

Леонард: Да она просто замечательная.

Пенни: Была. Пока я не влюбилась в этого **придурка** [52].

В этом примере, можно видеть первую встречу Леонарда и Шелдона с их новой соседкой Пенни. После того, как они пригласили ее к себе на обед, она

немного рассказала им о себе, но позже она затронула личную тему и поделилась с ними новостями о неудачных отношениях.

В своем высказывании, она употребляет сленговое выражение «jerk» в целях оскорбления молодого человека, с которым она недавно прекратила отношения. Стоит отметить, что сленговое выражение «jerk» имеет несколько значений, но наиболее распространёнными являются «болван» или «идиот», что прямо указывает на глупость человека.

В этом случае, переводчик студии «Кураж-Бамбей» вновь использовал стратегию передачи формы. Это решение было принято на основании того, в этом случае комический эффект строится именно на этом слове. Более того, на нем строится игра слов. Таким образом, был использован такой вариант перевода, как «придурок». Этот вариант перевода обладает необходимой стилистической и эмоциональной окраской, а также полностью передает смысл слова «jerk», как и в предыдущем примере.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что комическое основанное на употреблении сленга позволяет в переводе сохранять одновременно и форму, и содержание.

Сарказм

Еще одним очень распространенным способом создания комического эффекта является сарказм [7, с. 8]. Сарказм часто используется в целях гиперболизации фактов и предания большей экспрессии. Более того, в основном, сарказм используется, как способ передачи негативного отношения к чему-либо. Считается, что для переводчика передача этого способа не создает трудностей и, вместе с тем, предлагает пространство для творчества [9, с. 375].

Рассмотрим способ создания комического эффекта с использованием сарказма в сериале. Важно отметить, что сарказм в «Теории Большого Взрыва» играет важную роль, так как один из главных героев не может его понять из-за того, что он слишком серьезно ко всему относится. На протяжении всего сериала можно наблюдать за тем, как он понимает суть сарказма все больше и

больше. Таким образом, сарказм в сериале представляет собой одну из связующих нитей, которые тянутся от одного сезона к другому. Используем в качестве первого примера диалог между Леонардом и Шелдоном из начала сериала, когда они впервые встречают их новую соседку Пенни:

Leonard: Our babies will be beautiful and smart.

Sheldon: Not to mention – **imaginary** (1,1) [53].

Перевод на русский язык:

Леонард: Наши дети будут красивыми и умными.

Шелдон: И главное – **вымышленными** [52].

В этом примере, можно заметить часть диалога Шелдона и Леонарда во время их первого знакомства с новой обворожительной соседкой Пенни. Можно заметить, что Леонард мгновенно влюбляется в нее и начинает мечтать об их совместном будущем, упоминая о том, что их дети будут умными, как Леонард и красивыми, как Пенни. Шелдон, в свою очередь, весьма колко отвечает Леонарду, замечая, что это только его мечты. В ответе он использует слово «imaginary», подчеркивая абсурдность планов Леонарда.

В этой ситуации в первую очередь важно передать форму, так, как если бы переводчик выбрал стратегию отказа от формы, то он просто передал бы семантический компонент этого выражения. Следовательно, «колкость» фразы была бы потеряна, а вместе с ней и комический эффект. Таким образом, переводчик принял решение использовать стратегию передачи формы. Вместе с тем, в качестве перевода «imaginary» переводчик выбрал слово «вымышленный» и тем самым смог полностью передать саркастичность замечания Шелдона, а также сохранить комический эффект.

В следующем примере, можно наблюдать часть диалога между Пенни и ее подругами Бернадетт и Эмми:

Bernadette: (say to Emmy) Does not he know you have a boyfriend?

Penny: She does not have a boyfriend, **she has a Sheldon** (5,10) [53].

Перевод на русский язык:

Бернадетт: (обращаясь к Эмми) Он что, не знает о том, что у тебя есть

молодой человек?

Пенни: У нее нет «молодого человека», у нее есть **Шелдон** [52].

В этом примере, можно наблюдать за тем, как Пенни демонстрирует нам свое настоящее отношение к Шелдону, посредством использования сарказма. Пенни дает зрителю понять, что она не считает Шелдона обычным человеком, таким как все. Далее в сериале можно узнать, что Пенни представляет Шелдона, как веземное существо из-за его низких навыков коммуникации с другими людьми, странного поведения и больших объемов знаний.

Важно обратить внимание на тот факт, что Пенни использует неопределенный артикль «а» перед именем Шелдона, что также подтверждает ее отношение к Шелдону, как к пришельцу. Необходимо отметить, что в русском языке отсутствуют артикли, поэтому перевод этого высказывания ставит перед переводчиком непростую задачу.

Как можно заметить, в варианте перевода от студии «Кураж-Бамбей» переводчик вновь принял решение передать форму, чтобы в первую очередь сохранить комический эффект. Таким образом, это высказывание было переведено буквально, без применения трансформаций. Благодаря этому, удалось сохранить комичность ситуации, не потерять сарказм, а также полноценно продемонстрировать настоящее отношение Пенни к Шелдону.

Еще один пример с использованием сарказма, в котором Говард демонстрирует свое отношение к Шелдону.

Howard: You know Sheldon, I am so glad that you decided to learn Mandarin.

Sheldon: Why?

Howard: Once you are fluent, **you will have a billion more people to annoy instead of me** (1,17) [53].

Перевод на русский язык выглядит следующим образом:

Говард: Знаешь, Шелдон, я так рад, что ты взялся учить китайский.

Шелдон: Почему?

Говард: Потому что, когда ты научишься свободно на нем разговаривать, **будет ещё один миллиард человек, которых ты сможешь раздражать** [52].

Стоит заметить, что благодаря использованию сарказма, Говард смог открыто заявить о низких навыках коммуникации Шелдона, о его раздражительных привычках в общении с другими людьми и излишнем занудстве. Дело в том, что подобное отношение Шелдон вызывал у всех людей, когда-либо общавшихся с ним.

Необходимо заметить, что в исходном варианте, акцентируется внимание на том, что Шелдон прекратит надоедать Говарду, так как у него появится возможность раздражать еще миллиард людей помимо него. Как можно наблюдать из перевода, переводчик решил опустить часть о личном участие Говарда в целях компрессии высказывания.

Таким образом, можно сделать вывод, что именно необходимость сжать реплику до нужного размера побудила переводчика прибегнуть к использованию стратегии передачи содержания, вследствие чего произошел отказ от полной передачи формы. Вместе с тем, переводчику удалось полностью передать семантический компонент высказывания.

В добавление к вышесказанному, в этом предложении переводчик решил использовать такую переводческую трансформацию, как генерализация. Как можно наблюдать, в исходном варианте было использовано слово «*mandarin*», что представляет собой обозначение одного из диалектов китайского языка, но переводчик принял решение использовать генерализацию для реципиентов русской культуры и заменил диалект «*mandarin*» на общее название языка «*китайский*».

Как можно заметить, во всех трех примерах сарказм использовался персонажами для передачи негативного отношения. Благодаря сарказму, герои говорили о тех вещах, о которых не могли сказать напрямую. Соответственно сарказм – это сильный инструмент в общении людей. Благодаря комическому эффекту, он позволяет говорить о неприятных вещах открыто.

Парадокс

Затем, следует еще один способ создания комического эффекта с использованием парадоксов. Парадокс – это отдельная фраза или цельное высказывание, которое сильно отличается или полностью противоположно общепринятому суждению [51, с. 89]. Таким образом, когда автор визуального произведения намерен создать парадокс, ему необходимо прибегнуть к объединению несопоставимых по своей сути вещей или полностью «перевернуть» смысл высказывания. Использование парадоксов в кинематографе крайне ограничено ввиду сложности создания этого способа, но следует подчеркнуть, что несмотря на низкую частотность использования, парадокс – это один из ключевых способов создания комического [7, с. 10].

В дополнение к вышесказанному стоит отметить, что каждая из частей парадокса представляет собой парадигму. Парадигма – это то, что люди знают и думают [51, с. 91]. Важно отметить, что в разных культурах одна и та же парадигма может быть разной. Другими словами, то что в одной культуре считается абсурдным явлением, в другой может быть нормальным и – наоборот. Отсюда следует, что в большинстве случаев, переводчику необходимо полностью изменять шутки, построенные на парадоксе, в соответствии с культурой реципиента [9, с. 387].

Из вышесказанного следует тот факт, что парадокс – это суждение, лишённое здравого смысла, но в действительности, оно помогает авторам визуальных произведений подчеркнуть скрытые мысли и чувства главных героев произведения.

Рассмотрим способ создания комического эффекта с использованием парадокса на примере. Вновь обратимся к началу сериала, когда Пенни рассказывала о себе Леонарду и Шелдону:

Penny: I am a vegetarian, but except for fish, and the occasional steak. Oh, I love steak (1,1) [53].

Перевод на русский язык выглядит следующим образом:

Пенни: **Я вегетарианка. Но исключение – рыба. И иногда – стейки.** Обожаю стейки [52].

В этой части диалога, наблюдается явный парадокс. Изначально, Пенни утверждает, что она вегетарианка, что представляет собой парадигму. Естественно, эта парадигма трактуется большинством людей одинаково и таким же образом, Шелдон и Леонард мгновенно представили, что Пенни не употребляет в пищу мясо и молочные продукты, но следом, Пенни рушит парадигму резким высказыванием о ее пристрастии к рыбе и стейкам. Таким образом, Пенни вводит их в ступор, именно на этом и строится комичность ситуации с использованием парадоксов.

Необходимо отметить, что в исходном варианте используется одно цельное предложение «I am a vegetarian, but except for fish, and the occasional steak.», но переводчик принял решение разделить предложение на три. Благодаря этому, переводчик смог создать последовательное логическое восприятие у зрителя, что усиливает комический эффект.

Таким образом, можно сделать вывод, что переводчик прибегнул к использованию стратегии по сохранению содержания, в то время как форма была изменена. Такое решение было принято на основании того, что переводчику в первую очередь было необходимо сохранить семантический компонент выражения.

Гипербола

Использование гиперболы в целях создания комического эффекта подразумевает факт того, что автор визуального произведения прибегает к намеренному и чрезмерному преувеличению масштаба, важности, а также влияния определенного объекта или явления [51, с. 95].

Как отмечал Илья Романович Гальперов, гипербола значительно отличается от большинства других способов создания комического. Причиной этому служит то, что этот способ позволяет наилучшим образом выразить

различие между эмоциональным значением и эмоциональной окраской высказывания [10, с. 4].

Между тем, использование гиперболы во многом объясняется ее характерной алогичностью. Именно благодаря этому элементу гиперболы, получается сохранить предметно-логическое значение элементов высказывания, и в то же время придать ему яркую эмоциональную окраску [10, с. 6].

Рассмотрим способ создания комического эффекта с использованием гиперболы на примере. Вновь обратимся к одному из ранних эпизодов сериала «Теория Большого Взрыва», а именно к диалогу Шелдона, Пенни и Леонарда при их первом знакомстве. Дело в том, что Пенни на ранних этапах знакомства с учеными, всячески стремилась произвести на них впечатление. Чаще всего, в целях выполнения подобной задачи героиня сериала прибегала к рассказу забавных историй из жизни. Леонард, будучи заинтересованным в отношениях с Пенни старался ей «подыгрывать». Однако Шелдон относился к этому скептически. Отсюда следует то, что комичность часто создавалась за счет гиперболизации. Диалог выглядит следующим образом:

Penny: Okay, Kim the night manager went on maternity leave, and the name of her husband is Sandy, ok? So get this, her replacement is a woman named Sandy whose husband's name is Kim.

Leonard: Wow!

Penny: I know. What are the odds?

Sheldon: Easily calculable. We begin by identifying the set of married couples with unisex names. Then we eliminate those unqualified for restaurant work, for example: the aged, the imprisoned and the limbless. And then...

Leonard: Sheldon! That is an incredible coincidence; can we leave it at that?

Sheldon: I am so sorry. **Oooh, Penny, it is as if the «Cheesecake Factory» is run by witches** (3,3) [53].

Русский вариант перевода звучит так:

Пенни: Так вот, наш ночной администратор Ким ушла в декрет, а ее мужа зовут Сенди. И представляете, к ней на замену приходит женщина по имени Сенди, у которой мужа зовут Ким.

Леонард: Вау, с ума сойти!

Пенни: И я об этом! Как же так совпало?

Шелдон: На самом деле, легко посчитать. Мы берем семейные пары, имена которых не привязаны к определенному полу. Из ответа исключаем тех, кто не может работать в ресторане, к примеру, стариков, заключенных или калек. А дальше...

Леонард: Шелдон! Это было невероятное совпадение. Может остановимся на этом?

Шелдон: **Прошу прощения. Оой, Пенни, а ресторанчик то твой должно быть заколдован [52].**

Как можно заметить, в примере прослеживается характерное отличие гиперболы от множества других способов создания комического. Так как Шелдон намеренно произносил фразу «I am so sorry. Oooh, Penny, it is as if the “Cheesecake Factory” is run by witches» наигранно, удастся четко проследить различие между эмоциональным значением и эмоциональной окраской высказывания.

В сходной манере, обращаясь к варианту перевода от студии «Кураж-Бамбей» можно заметить, что при переводе последнего высказывания Шелдона была использована такая трансформация как замена. Более того, переводчик применил ее сразу в нескольких местах.

Во-первых, следует обратить внимание на то, что, переводчик решил отойти от буквального перевода фразы «“Cheesecake Factory” is run by witches». Это решение было принято на основании того, что выражение содержит реалии, которые были бы понятны только англоязычным зрителям.

Во-вторых, обратимся непосредственно к трансформациям. Вышеупомянутую фразу можно разделить на две части.

В целях перевода фрагмента «Cheesecake Factory», переводчик использовал замену. Таким образом, переводчиком было принято решение заменить дословный перевод «Фабрика Чизкейков», на более контекстно-ориентированный вариант перевода «ресторанчик», использовав при этом уменьшительно-ласкательную форму существительного «ресторан», что подчеркивает его наигранный тон.

В то же время, в целях перевода фрагмента «is run by witches» переводчиком также была использована замена. Буквальный перевод фразы «управляется ведьмами» был заменен на вариант перевода «заколдован». Это решение было принято в целях сохранения комического эффекта.

Таким образом, из анализа этого перевода комического, построенного на употреблении гиперболы, можно сделать вывод о том, что переводчик руководствовался стратегией передачи содержания. В переводе присутствует большое количество замен, обусловленных наличием культурно-специфического юмора в исходном тексте. В целом, вариант перевода от студии «Кураж-Бамбей» адекватен, так как комичность выражения не была упущена.

Перифраз

Этот способ создания комического эффекта можно определить, как один из самых характерных и наиболее частотных по использованию способов создания комического эффекта [7, с. 13]. Как сказал Юрий Борисович Борев, этот факт объясняется тем, что высокий потенциал перифраза оказывается достаточно полезным в целях создания иронии [5, с. 118]. Суть перифраза заключается в осознанной подмене непосредственного явления или объекта на описание его характерных признаков или ключевых черт [51, с. 98].

Рассмотрим способ создания комического эффекта с использованием перифраза на примере. Используем для этого диалог между такими персонажами картины, как Говард и Бернадетт. В первой половине нас посвящают в конфликт между персонажами, и между тем, мы узнаем о том, что Раджешу в тайне нравится Бернадетт.

Вместе с тем, в этой ситуации диалог происходит между Леонардом и Пенни. Леонард, зная тайну, но скрывая ее от Пенни, прибегает к описанию ключевых черт Раджеша, при этом избегая непосредственного упоминания его имени. Диалог выглядит следующим образом:

Leonard: I heard about it from Sheldon. He got it from Amy.

Penny: Oh, damn it. I told Amy that in the strictest confidence. Boy, some people are such blabbermouths. Well, whatever, I am sure Bernadette can do better.

Leonard: Do you think **a sexually ambivalent Indian astrophysicist with selective mutism and alcohol issues** is better than **a hundred-pound Jewish guy who lives with his mom**?

Penny: You are kidding. Raj likes Bernadette?

Leonard: I did not say Raj. Who said Raj (4,20) [53]?

Перевод на русский язык выглядит следующим образом:

Леонард: Я узнал это от Шелдона, а он от Эми.

Пенни: Вот черт. Я же сказала Эми, что это совершенно секретно. Боже, некоторые люди такие болтуны. Ну, теперь уж какая разница. Я уверена, Бернадетт найдет лучший вариант.

Леонард: Думаешь **сексуально амбивалентный индийский астрофизик с селективной немотой и алкогольной зависимостью** лучше, чем **45-килограммовый еврейский мальчик, живущий со своей мамой**?

Пенни: Ты шутишь. Раджу нравится Бернадетт?

Леонард: Я не говорил о Радже. Кто сказал «Радж» [52]?

Отсюда следует, что Леонард прибегает к описанию Раджеша как «a sexually ambivalent Indian astrophysicist with selective mutism and alcohol issues». Более того, герой картины также использует перифраз по отношению к Говарду, описывая его как «a hundred-pound Jewish guy who lives with his mom».

Следует обратить внимание на вариант перевода от студии «Кураж-Бамбей». Как можно заметить, перевод первого выражения «сексуально амбивалентный индийский астрофизик с селективной немотой и алкогольной зависимостью» представляет собой буквальный перевод.

Похожим образом было переведено и второе выражение «45-килограммовый еврейский мальчик, живущий со своей мамой», но в нем использовались две трансформации. При переводе «hundred-pound» переводчик использовал замену «фунтов» на «килограммы», так как в России большее распространение имеет метрическая система измерения. В то же время, необходимо подметить использование такой трансформации как конкретизация при переводе слова «guу» описывающего любого «парня» вне зависимости от возраста. Переводчиком было принято решение конкретизировать перевод до варианта «мальчик». Посредством акцентирования внимания на «комплексии» Говарда, переводчик смог добиться достижения еще большего комического эффекта

Таким образом, можно заметить, что переводчик использовал стратегию передачи формы. Текст перевода практически не отходит от исходного текста. Можно сделать вывод о том, что переводчик принял это решение, и отказался от передачи лишь содержания, в целях создания большего комического эффекта.

Повторы

Между тем, существует определённый способ создания комического эффекта, широта использования которого полностью противоположна способу, упомянутому в предыдущем абзаце – это повторы [7, с. 16].

Под «повтором» подразумевается намеренное повторение звуков, фраз, слов, морфем, а также синонимов при достаточной тесноте ряда [51, с. 106]. Использование этого способа означает то, что автор визуального произведения стремится намеренно отклониться от нейтральной нормы, при которой не требуется многократного повторения тех или иных слов.

Известно, что этот способ создания комического эффекта очень редко встречается в визуальных произведениях [7, с. 21]. В то же время, необходимо упомянуть о том, что несмотря на низкую частотность, повторы используются не только в комических визуальных произведениях, но также и в

произведениях серьезной направленности. Как отмечала Елена Андреевна Земская, повтор характеризуется универсальностью использования, благодаря этому комическая или «серьезная» окраска этого способа может меняться в зависимости от желания автора [16, с. 65].

Также стоит отметить тот факт, что использование этого способа, в большинстве ситуации в кинокартине, вызывает у реципиентов сильный комический эффект.

Рассмотрим способ создания комического эффекта с использованием повторов в сериале. Стоит отметить, что в качестве повторов могут быть использованы как отдельные слова, выражения, так и полноценные предложения. Рассмотрим пример. В этой ситуации, можно заметить часть диалога между Говардом и его мамой в тот момент, когда к ним в дверь постучал Шелдон.

Howard's Mother: Howard, open the door please! **I am busy!**

Howard: **I am busy** too mom, you open it.

Howard's Mother: I cannot! I am in the toilet!

Howard: For the love of God, I do not want to hear that! Cannot you just say, **I am busy?**

Howard's Mother: I said that **I am busy**, but that was not good enough for you!

Howard: You know what? I hope it is one of those home invasion deals, and they shoot me in the head.

Howard's Mother: Well, if it is a home invader, do not tell them that I am in the toilet (3,7) [53].

Перевод на русский язык выглядит следующим образом:

Мама Говарда: Говард, звонят в дверь, открой пожалуйста, **я занята.**

Говард: **Я тоже занят,** Маман, откройте дверь сами.

Мама Говарда: Мама не может, мама сейчас в туалете.

Говард: Боже, мне не нужны такие подробности. Ты не могла сказать, **что просто занята?**

Мама Говарда: Так **я и сказала, что занята,** но тебя это не устроило.

Говард: Знаешь, что, я надеюсь, что это грабители, и они снесут мне башку.

Мама Говарда: Ну, если это грабители, не говори, что я в туалете [52].

Важно обратить внимание на то, что в этой части диалога используются повторы нескольких разных элементов. На протяжении всего диалога повторяется фраза «I am busy», которая переводится как «Я занят». Далее, несколько раз повторяется выражение «open the door», «open it», эта фраза передается на русский язык как «открой дверь». Также стоит отметить, что выражение «in the toilet», которое переводится как «в туалете», повторяется в начале и в конце диалога.

Так как наиболее частотная фраза из представленных выше – это «I am busy», то следует рассмотреть именно ее. Комичность ситуации строится на том, что за время короткого диалога герои произносят ее четыре раза. В то же время, у зрителя создается ощущение того, что они словно не слышат друг друга.

Как можно заметить, в исходном тексте фраза «I am busy» абсолютно не меняет свою форму, даже там, где эти изменения должны быть, так как они обусловлены с грамматической точки зрения. Можно предположить, что создатели сериала сделали это намеренно, чтобы усилить экспрессию и комический эффект.

В то же время, в тексте перевода это отсутствует. В этой ситуации переводчик не мог повторить эту фразу во всех четырех позициях в одинаковом виде из-за особенностей русского языка. Таким образом, можно сделать вывод о том, что в этом случае переводчик выбрал стратегию передачи содержания, в то время как от формы частично пришлось отказаться.

Необходимо отметить, что при переводе выражения «shoot one's in the head», которое дословно переводится как «выстрелить кому-то в голову», переводчик студии «Кураж-Бамбей» принял решение адаптировать выражение, чтобы оно больше соответствовало разговорному стилю. Переводчик использовал ироничный и в тоже время грубоватый вариант перевода «снести

башку». Таким образом, он смог передать яркую эмоциональную окраску выражения, присутствующую в исходном языке.

Неологизмы

Далее, следует способ создания комического эффекта с использованием неологизмов. Неологизмы представляют собой слова и выражения, вошедшие в речь недавно, но при этом имеющие общее употребление. Неологизмы характеризуются как очень экспрессивные, изобретательные и комичные элементы любого кинотекста [51, с. 111].

Вместе с тем, говоря о характерных чертах неологизмов, следует обратить внимание на их классификацию. Согласно классификации Ирины Владимировны Арнольд, неологизмы могут быть подразделены на две категории:

1. Общеязыковые, включающие в себя лексические и семантические неологизмы, история которых связана с развитием нации.
2. Индивидуально авторские, созданные в эстетических целях и использующиеся, как средство создания собственного стиля [2, с. 122].

В то же время, говоря о комических произведениях и о переводе кинотекстов, переводчику чаще всего приходится встречаться с общеязыковыми неологизмами.

Между тем, стоит уделить особое внимание нескольким способам создания неологизмов. Этот факт важен, поскольку при переводе, переводчику приходится прибегать к созданию уникальных неологизмов на языке перевода. Существует пять способов:

1. Фонологический способ, при котором происходит комбинирование звуков в целях создания неологизмов.
2. Заимствование.
3. Морфологический способ, при котором происходит комбинирование аффиксов и префиксов.

4. Сокращение.

5. Изменение части речи того или иного слова [50, с. 226].

Необходимо отметить, что так как процесс перевода неологизмов подразумевает создание переводчиком собственных неологизмов, следовательно, можно предположить, что использование неологизмов в целях создания комического эффекта схоже с употреблением сленга. Между тем, частотность использования неологизма имеет непосредственное влияние на сложность его перевода.

Рассмотрим способ создания комического эффекта с использованием неологизмов в сериале. В качестве примера, рассмотрим неологизм «nerdvana».

Leonard: That is enough. No more toys or action figures or props or replicas or costumes or robots or Darth Vader voice changers, I am getting rid of all of it.

Howard: You cannot do that, look what you have created here, your place is like **Nerdvana** (1,14) [53].

Перевод на русский язык:

Леонард: Все, с меня хватит, никаких больше игрушек, фигурок героев, реквизитов или моделек, костюмов, роботов или трансформаторов голоса Дарта Вейдера, все, хватит, я избавлюсь от всего этого.

Говард: Но ты не можешь, посмотри, во что ты превратил это место, это же настоящее **ботанопристанище** [52].

Здесь можно наблюдать диалог из начала сериала. Леонард, познакомившись с Пенни, старается не казаться перед ней таким странным, каким она его видит и, поэтому, он решает избавиться от всех лишних вещей из прошлого. В то же время, Говард пытается остановить Леонарда.

Для начала, в целях рассмотрения неологизма «nerdvana», стоит упомянуть о том, что все главные герои, являющиеся учеными, очень серьезные «ботаники». Они читают фантастические комиксы, разбираются в киноселенных, коллекционируют фигурки и плакаты с любимыми персонажами, журналы и прочую атрибутику. Более того, они регулярно посещают магазин с комиксами, где оживленно обсуждают новости и слухи из

мира фантастики. Следственно, неологизм «nerdvana», состоит из двух отдельных слов. Первое слово «nerd» переводиться на русский язык как «ботаник», «чудик». Второе слово «nirvana» можно передать на русский язык как «нирвана» или же, если конкретизировать это понятие – «рай». В итоге, мы получаем описательный перевод «рай для ботаников».

В то же время, обращаясь к тексту перевода, можно наблюдать за тем, что переводчик студии «Кураж-Бамбей» принял решение не передавать только лишь содержание. Если бы использовался перевод «рай для ботаников», был бы передан семантический компонент высказывания, но элемент комического был бы полностью утерян. Таким образом, в этой ситуации переводчик выбрал стратегию сохранения формы. Вместе с тем, ему пришлось придумать свой неологизм на языке перевода – «ботанопристанище».

Таким образом, переводчик принял абсолютно верное решение, так как ему удалось передать смысл, эмоциональную окраску, а также комический эффект исходного неологизма «nerdvana».

Окказионализмы

Наконец, последний, однако немаловажный способ – это окказионализмы. Стоит отметить, что использование окказионализмов в целях создания комического эффекта имеет очень частое употребление [7, с. 25].

Окказионализмы представляют собой неологизмы, придуманные автором кинокартины, и использующиеся исключительно в рамках определенной ситуации этого произведения. В то же время, интересен тот факт, что при условии увеличения частотности употребления окказионализма, он может приобрести статус неологизма [51, с. 115].

В дополнение к вышесказанному необходимо упомянуть тот факт, что среди ученых лингвистов присутствует серьезная полемика относительно соотношения терминов «окказионализм» и «неологизм». Таким образом, выделяется ряд определенных отличий:

1. Окказионализмы, в отличие от неологизмов, с течением времени теряют такие характерные черты как «актуальность» и «новизна».
2. В большинстве случаев окказионализм, в отличие от неологизма, в то или иное время был придуман одним определенным автором.
3. Окказионализмы можно охарактеризовать как достояние речи, в то время как большинство неологизмов – коммуникативная потребность общества [10, с. 21].

Стоит отметить, что окказионализмы обладают яркой эмоциональной окраской, а также характеризуются оригинальностью. Таким образом, в большинстве случаев этот способ позволяет добиться сильного комического эффекта. Считается, что для переводчика, интерпретация комического с окказионализмами является наиболее трудоемкой задачей из встречающихся при переводе комических текстов [9, с. 340].

Рассмотрим способ создания комического эффекта с использованием окказионализмов в сериале. В качестве примера используем диалог между Шелдоном и Раджешем. В этой ситуации, Шелдон нанимает к себе ассистенты Раджеша, и спрашивает его о предстоящем интервью. Диалог выглядит следующим образом:

Sheldon: So, that is what you are going to wear to the interview?

Raj: Dude, come on, we have been friends for many years.

Sheldon: Oh, pulling strings, are we?

Raj: For God's sakes, Sheldon, do not make me beg.

Sheldon: **Bazinga!** You have fallen victim to another one of my classic jokes. I am your boss now. So, you may want to laugh at that (3,4) [53].

Перевод на русский язык выглядит следующим образом:

Шелдон: Ты так оделся на собеседование?

Раджеш: Чувак, да ладно, мы дружим уже много лет.

Шелдон: Ах, так ты пользуешься служебным положением, да?

Раджеш: Ради Бога, Шелдон, не заставляй меня умолять.

Шелдон: **Бугагашенька!** Ты стал жертвой моего очередного классического розыгрыша. Я твой босс, тебе бы стоило посмеяться над этим [52].

Как можно видеть из первого примера, Шелдон употребил окказионализм «bazinga». Смысл этого слова можно понять, если уделить большое внимание изучению личности Шелдона и его поведению.

Дело в том, что из-за врожденной гениальности, во взрослом возрасте Шелдон имеет слабые навыки коммуникации с людьми, более того, он не видит особого смысла в общении с ними. Естественно, с появлением Пенни, Шелдон начинает меняться, он все больше и больше общается с людьми и, с развитием сериала, можно наблюдать за тем, как раскрываются его юмористические черты характера. В итоге, Шелдон начинает периодически шутить и разыгрывать своих друзей, но его юмор не понятен даже его самым близким друзьям. Таким образом, Шелдон начинает использовать слово «bazinga», в целях того, чтобы дать людям понять, что он пошутил.

Важно отметить, что преимущественно, юмор Шелдона Купера связан с розыгрышами, которые по мнению самого Шелдона очень коварные, поэтому передать этот окказионализм как «шучу» или «шутка» было бы серьезной ошибкой для переводчика. Эти слова не передают того семантического значения, которое Шелдон закладывает в слово «bazinga».

Переводчик студии «Кураж-Бамбей» принял верное решение и воспользовался стратегией передачи содержания, чтобы отразить полное семантическое знание слова «bazinga». Переводчик прибегнул к созданию своего окказионализма «бугагашенька» на основе слова «бугага», которое часто используется злодеями в кинокартинах, полностью передавая их коварство.

Таким образом, переводчик смог передать эмоциональную и смысловую окраску исходного варианта окказионализма «bazinga», а также этот вариант перевода подчеркнул небольшую степень злорадства Шелдона Купера. Вместе с тем, несмотря на отсутствие формы, этот вариант перевода обладает таким же комическим эффектом, как и слово «bazinga».

Рассмотрим еще один пример. В этом примере, можно видеть диалог Шелдона и Говарда. Удивление Говарда обосновано тем, что Шелдон собирается приютить у себя в гостях известную женщину-ученого Элизабет Плимптон, которая приезжает к ним в университет на конференцию:

Howard: Yeah, um, I have a two-part question. A, are you kidding me? And B, seriously, are you freaking kidding me?

Sheldon: A, I rarely kid. And B, when I do kid, you will know it by my use of the word **bazinga**.

Howard: So you are saying the two of you are going to be sleeping in the same bed?

Sheldon: Yes. **Bazinga** (3,21) [53].

Перевод на русский язык:

Говард: У меня вопрос из двух частей. А – это у тебя шутки такие? Б – серьезно, ты шутишь что ли, блин?

Шелдон: А – я редко шучу. Б – если я шучу, то даю понять об этом с помощью слова «**бугагашенька**».

Говард: То есть ты хочешь сказать, что вы с ней собираетесь спать в одной постели?

Шелдон: Да. **Бугагашенька** [52].

Последний пример. Здесь вновь можно заметить короткий фрагмент диалога Шелдона и Говарда за обеденным столом:

Sheldon: Howard?

Howard: Yeah?

Sheldon: Your shoes are delightful. Where did you get them?

Howard: What?

Sheldon: **Bazinga**. I do not care (3,10) [53].

Перевод на русский язык выглядит следующим образом:

Шелдон: Говард?

Говард: Да?

Шелдон: Твои туфли восхитительны. Где купил?

Говард: Что?

Шелдон: **Бугагашенька!** Мне все равно [52].

Как можно заметить, в дополнительных двух примерах, слово «bazinga» было переведено также, как и в самом начале – «бугагашенька». Можно сделать вывод, что стратегия передачи окказионализмов в виде сохранения содержания оказалась верной.

Таким образом, эта фраза стала коронной для Шелдона до самого конца сериала. В свою очередь зрители сериала полюбили этот вариант перевода. Практически после первого появления слова «бугагашенька», интернет «заполонили» пародии с использованием этого окказионализма.

Выводы по второй главе

По итогу информации, проанализированной во второй главе, можно сделать вывод о том, что передача комического действительно сопровождается большим количеством трудностей. Стоит отметить, что некоторые из них встречаются чаще, но так или иначе каждая трудность требует от переводчика не только глубокого знания теории перевода, но также и знания большого количества дополнительной, фоновой информации.

Таким образом, к трудностям можно отнести: реалии, когнитивный диссонанс, эквивалентность.

Рассматривая реалии, встречающиеся в кинотекстах практически любого комедийного произведения, было определено, что главная проблема их перевода кроется в том, что они понятны лишь реципиентам одной культуры. К подобным реалиям относятся: песни, литературные произведения, персонажей книг, ТВ-рекламу. Можно сделать вывод о том, что комическое с употреблением реалий требует от переводчика создания новой, адаптированной под принимающую культуру, шутки.

Когнитивный диссонанс – эффект, который испытывает на себе переводчик из-за того, что комичность в визуальных произведениях строится сразу из двух типов информации. Более того, их связь в кинокартине неразрывна. Поэтому, переводчик должен учитывать, как вербальную, так и невербальную информацию. Следовательно, можно сделать вывод, что переводчик, в целях нивелирования этого эффекта должен создать новый текст на языке перевода, который не будет уступать по комическому эффекту тексту на исходном языке.

Вместе с о предыдущими двумя трудностями, была рассмотрена трудность по достижению динамической эквивалентности. Вначале, было проанализировано то, почему профессиональный аудиовизуальный перевод должен характеризоваться дискурсоцентрическим подходом, основанным на восприятии невербальной информации. Затем, был сделан вывод о том, что в

целях достижения этого подхода, необходимо, чтобы текст перевода характеризовался динамической эквивалентностью, принцип которой заключается в эквивалентном эффекте от кинопроизведения как на исходном языке, так и на языке перевода.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что задача переводчика – передать полный смысл исходного кинопроизведения, даже если перевод будет сильно отличаться от исходного варианта.

Далее, были рассмотрены переводческие стратегии и переводческие приемы при передаче комического. В ходе проанализированной информации, можно сделать вывод о том, что выбор стратегии перевода или переводческих приемов, оказывает прямое влияние на итоговый результат критерия адекватности перевода, а также передачи комического эффекта.

Вместе с тем, были разобраны способы создания комического эффекта, а также на примерах разобрали использование стратегий передачи комического. В практической части были рассмотрены 13 примеров использования комического в сериале «Теория Большого Взрыва». Был представлен обширный ряд различных способов создания комического. В результате, в 7 случаях переводчики использовали стратегию передачи содержания, и в 6 случаях была использована стратегия передачи формы.

Как можно заметить, в каждом случае комическое передавалось уникальным образом. Результат исследования подтвердил то, что выбор стратегии практически не допускает одновременной передачи как формы, так и содержания комического. Так как перевод сериала «Теория Большого Взрыва» именно от студии «Кураж-Бамбей» приобрёл наибольшую популярность среди российских зрителей, можно сделать вывод о том, что переводчики студии внимательно следили за тем, чтобы выбранная ими стратегия перевода в каждом случае позволяла полностью передавать комический эффект.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог исследования специфики и стратегий передачи комического в кинотекстах можно с уверенностью сказать, что этот вопрос является очень актуальным. Стоит отметить, что поставленная цель работы была успешно достигнута, посредством выполнения ряда задач.

Для начала, было проведено исследование комического, как явления психолингвистики. Начав с рассмотрения различных вариантов понимания этого явления античными философами, был произведен переход к итоговому определению комического, а также зафиксирован ряд его характерных особенностей. Затем, были выведены функциональные особенности юмора.

Далее, посредством рассмотрения социокультурной стороны юмора, был выведен ключевой факт, из которого проистекают все сложности в переводе комического: юмор – это культурно-специфичное явление. Именно поэтому процесс перевода кинотекстов, содержащих элементы комического, обладает большим рядом трудностей.

Во второй части первой главы, была рассмотрена природа возникновения юмора в сознании человека. Благодаря изучению нескольких теорий, было определено, что возникновение комического эффекта связано с резким, неожиданным или контрадикторным переходом между двумя контекстами ситуаций в человеческом сознании.

Затем, внимание было акцентировано на теоретических аспектах киноперевода. Прежде всего, было выяснено, что кинематограф обладает уникальным языком, под названием «кинотекст».

Были выведены его ключевые черты, на основе которых было определено, что кинотекст – это продукт лингвосемиотической природы. Вследствие этого вывода, была проведена попытка сравнения киноперевода с художественным переводом. Как оказалось, этот вид перевода не просто не относится к художественному переводу, а является уникальным видом перевода с характерными чертами, не присущими ни одному другому виду.

В итоге, был рассмотрен ряд существующих видов аудиовизуального перевода, а также обозначены трудности, присущие каждому из них. Самые значительные из них: частая необходимость применения компрессии, а также знание строгих норм оформления перевода. Таким образом, основываясь на проанализированной информации, можно убедиться в том, что киноперевод – это многогранный вид перевода, требующий от переводчика детального изучения всех его аспектов.

Естественно, аудиовизуальный перевод, как и любой вид перевода, обладает своими специфическими трудностями. Поэтому, эта область исследования также была детально рассмотрена и изучена. Были определены три главные трудности, с которыми сталкивается переводчик, работая над передачей комического в аудиовизуальном переводе.

Во-первых, передача реалий в этом виде перевода важна ничуть не меньше чем в других видах перевода. Было установлен тот факт, что переводчик кинопроизведений – это в первую очередь эрудированный человек, обладающий широкими знаниями современных реалий языка как своей, так и чужой культуры. Не имея соответствующих знаний, переводчик рискует передать смысл комического неверно, что может вызвать негативный эффект у реципиента.

Во-вторых, было отмечено, что в процессе передачи комического, вследствие того факта, что в кинопереводе необходимо обращать внимание как на вербальную, так и на невербальную информацию, переводчик может столкнуться с таким явлением, как когнитивный диссонанс. Также была определена задача переводчика в этой ситуации – снизить «разрыв» между знаком ПЯ и объектом ИЯ. Таким образом, основываясь на этой информации, можно сделать вывод, что это явление – это одна из особенностей, которая присуща только аудиовизуальному переводу. Вместе с тем, это означает то, что этот вид перевода сильно отличается от других.

В-третьих, была исследована проблема переводческой эквивалентности в аудиовизуальном переводе. Установлено, что качество перевода кинокартины

характеризуется достижением динамической эквивалентности, при которой воздействие от просмотра исходного кинопроизведения в полной мере совпадает с воздействием от просмотра картины с переводом. Также следует подчеркнуть, что аудиовизуальный переводчик должен обладать знанием основ построения кинематографических картин, так как, в целях создания хорошего перевода, переводчику необходимо опираться на визуальный ряд произведения.

Также в теоретико-практическом материале, были рассмотрены стратегии и приемы передачи комического эффекта. Было установлено, что выбор стратегии напрямую влияет на итоговое качество перевода. В ходе изучения материала был выведен тот факт, что перевод комического практически всегда обязывает переводчика выбирать между передачей формы, либо передачей содержания.

Таким образом, было обнаружено, что любое решение переводчика в процессе аудиовизуального перевода зависит не только от теоретических знаний, но также и от преследуемой им цели. Именно исходя из цели, можно выбрать оптимальную стратегию и обозначить дальнейший спектр используемых приемов перевода.

Наконец, в практической части работы, был проанализирован комедийный англоязычный сериал «Теория Большого Взрыва». Вначале, была рассмотрена предыстория создания этого сериала и его сюжет. Затем, официальный перевод от студии «Кураж-Бамбей» был проанализирован с точки зрения передачи комического в кинотексте.

Были рассмотрены следующие способы создания комического эффекта: игра слов, сленг, сарказм, парадокс, гипербола, перифраз, повторы, неологизмы и окказионализмы. Было определено, что в большинстве случаев передача комического на язык перевода производилась с помощью подбора соответствующего эквивалента на языке перевода, но в случае с окказионализмами и неологизмами переводчик создавал новые слова на языке перевода.

В результате анализа использования стратегий передачи комического, было обнаружено, что обе стратегии передачи комического использовались практически в равной степени. В 7 случаях переводчики использовали стратегию передачи содержания, и в 6 случаях была использована стратегия передачи формы.

В конце, необходимо подчеркнуть, что актуальность аудиовизуального вида перевода, в частности с использованием комического, способствует тому, что исследования в области специфики и стратегий продолжают идти. Таким образом, этот вид перевода можно охарактеризовать как один из тех, которые в наше время изучены не до конца. Можно предположить, что благодаря современным тенденциям эта проблема вскоре будет решена.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абросимова Н. А. Языковые особенности переводов комических текстов: на материале рассказов М. Твена, О. Генри и С. Ликока [Текст]: автореф. дис. канд. филол. наук / Н. А. Абросимова // Казань, 2007. – 29 с.
2. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык. Учебник для вузов [Текст] / И. В. Арнольд // М.: Флинта, 2002. – 384 с.
3. Бархударов Л. С. Язык и перевод [Текст] / Л. С. Бархударов // М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
4. Бергсон А. Смех [Текст] / А. Бергсон // М.: Искусство, 1992. – 127 с.
5. Борев Ю. Б. О комическом [Текст] / Ю. Б. Борев // М.: Искусство, 1957. – 232 с.
6. Большакова Д. В. Комическое в лингвистике: основные подходы и проблематика исследования [Электронный ресурс] / Д. В. Большакова // Вестник МГЛУ. – 2010. – № 584. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/komicheskoe-v-lingvistike-osnovnye-podhody-i-problematika-issledovaniya>.
7. Бушев А. Б. Языковые средства и комизм [Текст] / А. Б. Бушев // Интерпретация текста: лингвистический, литературоведческий и методический аспекты, 2010. – №1. – 31 с.
8. Вальянов Н. А. Специфика русского юмора [Электронный ресурс] / Н. С. Вальянов // Студенческий научный форум. – 2012. – Режим доступа: <http://www.rae.ru/forum2012/19/3250>.
9. Влахов С. Н. Непереводимое в переводе: монография [Текст] / С. Н. Влахов, С. В. Флорин // 2-е изд., дополненное – М.: Высшая школа, 1986. – 416 с.
10. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка: опыт систематизации выразительных средств [Текст] / И. Р. Гальперин // М.: Либроком, 2016. – 48 с.

11. Горшкова В. Е. Перевод в кино [Текст] / В. Е. Горшкова // Иркутск: ИГЛУ, 2006. – 278 с.
12. Горшкова В. Е. Теоретические основы процессориентированного подхода к переводу кинодиалога: на материале современного французского кино [Текст]: автореф. дис. канд. филол. наук / В. Е. Горшкова // Иркутск, 2006. – 29 с.
13. Горшкова В. Е. Перевод в кино: дублирование vs субтитры [Текст] / В. Е. Горшкова // Вестник СибГУ, 2006. – №7. – 140 с.
14. Горшкова В. Е. Особенности перевода фильмов с субтитрами [Текст] / В. Е. Горшкова // Вестник СибГУ, 2006. – №3. – 344 с.
15. Дробашенко С. В. Пространство экранного документа [Текст] / С. В. Дробашенко // М.: Искусство, 1986. – 387 с.
16. Земская Е. А. Активные процессы современного словопроизводства. Русский язык конца XX столетия (1985–1995) [Текст] / Е. А. Земская // М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. – 141 с.
17. Каменская О. Л. Лингвистика на пороге XXI века [Текст] / О. Л. Каменская // Лингвистические маргиналии. – М., 1996. – 21 с.
18. Ким К. Г. Преодоление когнитивного диссонанса в аудиовизуальном переводе: на материале переводов сериала «Друзья» [Текст] / К. Г. Ким // Вестник ВГУ, 2013. – №1. – 131 с.
19. Козуляев А. В. Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности [Электронный ресурс] / А. В. Козуляев // Национальная лига переводчиков. – Режим доступа: <http://www.russiantranslators.ru/about/editorial/audiovizualnyperevod>.
20. Козуляев А. В. Обучение динамически эквивалентному переводу аудиовизуальных произведений: опыт разработки и освоения инновационных методик в рамках школы аудиовизуального перевода [Текст] / А. В. Козуляев // М., 2015. – 24 с.
21. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение [Текст] / В. Н. Комиссаров // М.: ЭТС, 1999. – 424 с.

22. Кузьмичев С. А. Перевод кинофильмов как отдельный вид перевода [Текст] / С. А. Кузьмичев // Вестник МГЛУ, 2012. – №9. – 150 с.
23. Кулинич М. А. Семантика, структура и прагматика англоязычного юмора [Текст] / М. А. Кулинич // М., 2004. – 293 с.
24. Лосев А. Ф. История античной эстетики. Аристотель и поздняя классика. История античной эстетики [Электронный ресурс] / А. Ф. Лосев // История античной эстетики, том IV. – [М.: Искусство, 1975]. – Режим доступа: <http://psylib.org.ua/books/lose004/index.htm>.
25. Минский М. Остроумие и логика коллективного бессознательного [Текст] / М. Минский // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1988. – 308 с.
26. Мишина О. В. Средства создания комического в видеовербальном тексте [Текст]: автореф. дис. канд. филол. наук / О. В. Мишина // Самара, 2007. – 31 с.
27. Нелюбин Л. Л. Толковый переводоведческий словарь [Текст] / Л. Л. Нелюбин // М.: Флинта, 2003. – 320 с.
28. Нестерова Н. М. О проблеме межкультурной транслируемости комического: на примере повести Сергея Довлатова «Компромисс» [Текст] / Н. М. Нестерова, Н. В. Корюкина // Вести ЮУрГУ, 2007. – 12 с.
29. Пушкарский М. М. Новая концепция юмора. Смех тела и смех ума [Текст] / М. М. Пушкарский // М.: Москва, 2003. – 167 с.
30. Салынский Д. наброски к проблеме жанров в кино [Электронный ресурс] / Д. Салынский // Киноведческие записки. – Режим доступа: <http://www.kinozapiski.ru/print/93>.
31. Сапожников И. Дубляж и закадровое озвучивание фильмов [Текст] / И. Сапожников // М.: Издательство, 2004. – №3. – 625 с.
32. Сафир А. В. Американский юмор [Электронный ресурс] / А. В. Сафир // Журнал Заграница. – Режим доступа: http://world.lib.ru/a/aleks_safir/amhumor.shtml.

33. Семенова Е. Е. Когнитивное обоснование юмора в современной лингвистической науке [Электронный ресурс] / Е. Е. Семенова // Вестник ЛГУ. – 2010. – № 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnoe-obosnovanie-yumora-vsovremennoy-lingvisticheskoy-nauke>.
34. Скоромыслова Н. В. Теоретический аспект перевода художественных фильмов [Текст] / Н. В. Скоромыслова // Вестник МГОУ, 2010. – №1. – 156 с.
35. Слышкин Г. Г. Кинотекст [Текст] / Г. Г. Слышкин, М. А. Ефремова // Опыт лингвокультурологического анализа. – М.: Водолей, 2004 – 153 с.
36. Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция [Текст] / Ю. А. Сорокин, Тарасов Е. Ф. // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990. –186 с.
37. Столярова И. А. Некоторые особенности перевода комического в литературе жанра фэнтези: на материале произведений Т. Пратчетта [Текст]: автореф. дис. канд. филол. наук / И. А. Столярова // Санкт-Петербург, 2009 – 35 с.
38. Тынянов Ю. Н. Поэтика. История литературы. Кино. Об основах кино [Текст] / Ю. Н. Тынянов // М., 1977 – 345 с.
39. Федорова И. К. Кинотекст в инокультурной среде: к проблеме построения моделей культурных переносов [Текст] / И. К. Федорова // Вестник ПГНИУ, 2011. – №1. – 70 с.
40. Жабский М. И. Феномен массовости кино: монография [Текст] / М. И. Жабский // М.: НИИ киноискусства, 2004. – 366 с.
41. Цивьян Ю. Г. К метасемиотическому описанию повествования в кинематографе [Текст] / Ю. Г. Цивьян // Тарту: ученые записки Тартуского государственного университета, 1984. – №17. – 121 с.
42. Чиж М. С. Особенности перевода каламбура [Текст] / М. С. Чиж, И. И. Данилова // Успехи современного естествознания, 2012. – №5. – 168 с.

43. Чурсинова М. А. Юмор как способ межкультурной коммуникации. [Текст] / М. А. Чурсинова // Нижневартковск: научные труды аспирантов и соискателей НВГУ, 2014. – 34 с.
44. Attardo S. Linguistic Theories of Humor [Текст] / S. Attardo // N. Y.: Mouton de Gruyter, 1994. – 426 p.
45. Attardo S. General Theory of Verbal Humor [Электронный ресурс] / S. Attardo, V. Raskin // University of Twente. – Режим доступа: <http://www.ub.utwente.nl/webdocs/ctit/1/0000009e.pdf>.
46. Koestler A. The Act of Creation [Текст] / A. Koestler // London: Hutchinson, 1964. – 751 p.
47. Krings H. P. Was in den Köpfen von Übersetzern vorgeht: Eine empirische Untersuchung zur Struktur des Übersetzungsprozesses an fortgeschrittenen Französischlernern [Текст] / H. P. Krings // Tübingen: Narr, 1986. – 570 S.
48. Nida E. Language Structure and Translation [Текст] / E. Nida // Stanford: Stanford University Press, 1975. – 356 p.
49. Nord Ch. Textanalyse und Übersetzen: Theoretische Grundlagen, Methode und didaktische Anwendung einer übersetzungsrelevanten Textanalyse [Текст] / Ch. Nord // Heidelberg: Julius Groos Verlag, 1988. – 313 S.
50. Raskin V. Semantic Mechanisms of Humor [Текст] / V. Raskin // Boston: D. Reidel Publishing Company, 1985. – 284 p.
51. Ross A. The Language of Humor [Текст] / A. Ross // N. Y.: Routledge, 1998. – 129 p.

Список лингвистического материала исследования

52. Серилал Теория большого взрыва [Электронный ресурс]: Серилалы в переводе Кураж-Бамбей онлайн. – Режим доступа: www.куражбамбей.рф/serial-teoriya-bolshogo-vzryva.html.

53. Big bang theory transcript [Электронный ресурс]: Big bang theory transcripts. – Режим доступа: <https://bigbangtrans.wordpress.com>.