

В.А. Вострецова
(Горловка)

УДК [811.11 : 811.161]'253 : 778.5

**СТРАТЕГИИ ПЕРЕДАЧИ КУЛЬТУРНО-
МАРКИРОВАННЫХ ЕДИНИЦ
В АУДИОВИЗУАЛЬНОМ ПЕРЕВОДЕ**

Глобализация и другие магистральные международные тенденции способствуют установлению и укреплению контактов между странами, что, в свою очередь, знакомит представителей одной культуры с достижениями другой культуры. Неоспоримым фактом является то, что межкультурной коммуникации в значительной степени способствует перевод.

Переводу подлежат тексты разных жанров, типов и стилей. Такие тексты являются носителями информации об определенной стране, нации или народе и способствуют лучшему пониманию данной информации представителями других культур. Одним из носителей такой культурной информации является фильм (со всеми формами подачи информации: текст, звук и видеоряд). Для того чтобы донести указанную информацию до иноязычного реципиента, требуется владение конкретными стратегиями передачи такой информации на другой язык.

Необходимо отметить, что стратегии не ограничиваются только переводом единиц разных уровней, они затрагивают и другие способы передачи лексических единиц. Цель данной статьи состоит в рассмотрении стратегий передачи культурно-маркированной лексики в аудиовизуальном переводе на основе двух подходов – доместикации и форенизации. Проблемам аудиовизуального перевода посвящено много статей представителей разных стран, менее охваченным такой вопрос остается среди российских и украинских ученых, недостаточно внимания уделяется передаче культурно-маркированных единиц на русский или украинский языки (Karamitglou F., Leppihalme R., Pedersen J., Матасов Р.А., Горшкова В.Е., Куликова А.Е.).

Текст фильма, как и любой другой текст, насыщен лексическими единицами, относящимися к различным группам: стилистически-окрашенные единицы, термины, национально-маркированные единицы и т.д. Для каждого типа фильма (например, художественный, мультипликационный или документальный) характерен свой набор групп лексических единиц. Текст художественных и мультипликационных фильмов, как и текст печатных художественных произведений, характеризуется широким спектром стилистически-

маркированных единиц и идиом. Между двумя названными типами фильмов также существуют определенные различия в лексическом наборе. Мультипликационные фильмы рассчитаны на младшую возрастную категорию, для которой не характерно понимание многих стилистических приемов (например, игры слов или метафор). При этом мультипликационные фильмы выделяются обязательным созданием юмористических моментов, для которых могут использоваться такие стилистические приемы как гипербола и литота. Документальные фильмы традиционно отличаются использованием нейтральной лексики, либо же терминологической лексики, в случае, если фильм имеет научный или научно-популярный характер.

Ещё одной отличительной чертой мультипликационных фильмов должно быть наличие упрощенных лексических единиц, т.е. единиц, содержащихся в тезаурусе среднестатистического ребенка. Детский тезаурус, как известно, значительно отличается от тезауруса взрослого своим объемом.

Кроме окрашенной, терминологической или нейтральной лексики любой текст, в том числе и кинотекст, содержит в себе огромный ряд национально-маркированных единиц (другой термин – культурно-маркированные единицы). К таким единицам можно отнести чистые реалии, аллюзии, имена собственные и другие единицы. Мы остановимся на указанных. Под чистыми реалиями понимаем лексические единицы, используемые для названия специфических предметов и явлений, характерных для той или иной страны, нации, народа (классические примеры – матрешка, самовар, вареники и т.д.).

Аллюзии – это единицы-отсылания к известным личностям, событиям, фильмам, цитатам и т.д. (например, использование фразы из кинофильма „Служебный роман”: – Вы сегодня выглядите очень энергично. – *Теперь я буду выглядеть так всегда* (данная фраза сопровождается сценой, похожей на сцену из фильма-источника) в сериале „Деффчонки”).

Необходимо отметить, что имена собственные могут выступать как отдельной группой, так и считаться элементами двух названных выше групп. Имена собственные могут быть единицами, имеющими яркую национальную окраску (например, *Екатерина II, Richard the Lionhearted, Robin Hood; Ronald, Пётр, Алесь*) или выступать в качестве аллюзий (например, использование названия фильма *The Matrix* в сериале „The Simpsons” или имени *Alice Cooper* в телесериале „Schrubs”).

Значение использованных в оригинальном фильме культурно-маркированных единиц в большинстве случаев понятно зрителю страны-производителя. Например, такие единицы как аллюзии

интересны для носителей языка оригинала, т.к. они подобны игре, в которую режиссер приглашает сыграть зрителя. Зритель же любит отгадывать, понимать и оценивать аллюзии. Реалии и имена собственные также консолидируют зрителей и дают им ощущение особенности и неповторимости. Для иностранного зрителя большая часть рассматриваемых единиц будет непонятна, так как такой зритель является представителем другой культуры, в которой не представлены реалии фильма-оригинала. Для того, чтобы фильм имел такой же эффект на иностранного зрителя, как и на зрителя оригинала, переводчику необходимо проделать огромную и кропотливую работу.

При описании вопроса о передаче реалий, аллюзий, имен собственных и других, рассматриваемых в данной статье единиц, важно отдельно остановиться на таких переводческих стратегиях как доместикация и форенизация. Необходимость рассмотрения данных терминов обуславливается тем, что именно „стратегии доместикации и форенизации учитывают влияние культурных и идеологических факторов на перевод, а также рассматривают влияние переводов на читателей и культуру языка перевода” [8, с. 1576]. Итак, „доместикация – это стратегия приближения текста к культуре языка, на который он переводится, при этом может наблюдаться потеря информации текста оригинала. Форенизация – это стратегия сохранения информации текста оригинала, что предусматривает намеренное нарушение норм языка перевода” [4, с. 251-252]. Исследователи также считают, что в результате выбора первой из названных стратегий – доместикации – оригинал обрабатывается таким образом, что „все «чужие» ценности и символы погибают и оригинальный текст становится невидимым для читателя. Во втором случае, текст оригинала претерпевает минимальных изменений, таким образом, читатель даже в переводе видит перед собой оригинал и сам должен постигнуть его смыслы” [1, с. 250].

Практики и теоретики аудиовизуального перевода отмечают, что для передачи культурно-маркированных единиц при таком типе перевода существует определенный набор стратегий. Этот набор варьируется в зависимости от вида аудиовизуального перевода (дубляж, закадровый перевод или субтитрирование), и, в свою очередь, от подвидов аудиовизуального перевода (например, одnogолосый, двухголосый или многоголосый закадровый перевод; субтитрирование для людей с нормальным слухом или с нарушениями слуха и т.д.). Такое варьирование базируется на конкретных ограничениях, свойственных каждому виду аудиовизуального перевода.

Субтитрирование, например, можно считать наиболее ограниченным видом аудиовизуального перевода. В связи с тем, что основная цель субтитрирования – это передача текста с помощью компрессии (текст субтитров ограничен максимальными 35 знаками на строке и двумя строками для одной группы субтитров, а также временем нахождения каждой группы субтитров на экране), переводческие стратегии, направленные на расширение текста не могут широко использоваться при подготовке субтитров.

Дубляж, в свою очередь, имеет четкие ограничения, связанные с синхронизацией текста перевода с движением губ актеров (слова в тексте перевода должны при произнесении согласоваться с движениями губ актеров при произнесении оригинальных слов), поэтому для дубляжа не могут активно применяться как стратегии, направленные на расширение текста, так и стратегии, направленные на его сокращение.

Для закадрового перевода таких серьезных ограничений нет. Выбор стратегии в данном случае зависит от жанра фильма, от количества озвучивающих голосов и других факторов (например, для жанра экшн важными будут скорость смены событий и движения актеров, что позволяет во многих случаях при переводе жертвовать именами собственными); в то же время сохранение имен-обращений в переводе будет приветствоваться в одnogолосом закадровом переводе фильма того же жанра с целью разграничения говорящих).

Стратегии передачи культурно-маркированных единиц в аудиовизуальном переводе сводятся к восьми основным категориям: 1) опущение; 2) буквальный перевод; 3) заимствование; 4) эквивалентность; 5) адаптация; 6) замена культурного термина дейксисом; 7) генерализация; 8) экспликация [цит. по 3, с. 42].

От ученого к ученому может изменяться количество и название стратегий, но суть их остается той же. Например, классификация способов передачи рассматриваемых в статье единиц, представленная Ф. Карамитроглу, содержит пять пунктов: 1) культурная передача; 2) перенос; 3) перенос с объяснением; 4) нейтрализация; 5) опущение [5]. Классификация Р. Рамьер включает шесть пунктов: 1) заимствование; 2) калькирование; 3) толкование; 4) опущение; 5) нейтрализация; 6) культурная замена [цит. по 7, с. 2353]. Дж. Бастин распределяет способы передачи национально-маркированных единиц на семь категорий: 1) транскрипция (дословный перевод); 2) опущение; 3) расширение; 4) использование экзотизмов; 5) обновление; 6) ситуационная или культурная адекватность; 7) создание [цит. по 3, с. 42].

Как видно из представленных выше классификаций, лингвисты в основном сходятся во мнении об основных стратегиях передачи культурно-маркированной лексики в аудиовизуальном переводе. При этом необходимо отметить, что классификации стратегий, присущих аудиовизуальному переводу, в значительной степени основываются на традиционных классификациях способов передачи рассматриваемых в статье единиц при переводе печатных произведений любого жанра. Например, классические стратегии передачи реалий, предложенные С. Влаховым и С. Флориным, делятся на две группы: транскрипция и перевод. Последний включает такие позиции: 1) введение неологизма (а) кальки, б) полукальки, в) освоение, г) семантический неологизм); 2) приблизительный перевод: (а) родо-видовая замена, б) функциональный аналог, в) описание, объяснение, толкование); 3) контекстуальный перевод [2, с. 87-93].

В аудиовизуальном переводе выбор указанных выше способов передачи культурно-маркированных единиц основывается, прежде всего, на выборе переводчиком основной стратегии – доместикации или форенизации. При этом выбор, как уже было сказано выше, зависит в основном от вида аудиовизуального перевода и жанра фильма.

Важно сказать, что „в аудиовизуальном контексте стратегии доместикации и форенизации приобретают более сложный характер, т.к. требуют соотнесения переводческих решений с другими компонентами произведения: звуком и изображением <...> В сумме эти элементы составляют смысловую совокупность, которая распадается, если один из элементов отсутствует” [6, с. 17]. Интересным является тот факт, что в фильмах культурно-маркированные единицы (в основном реалии) иногда могут визуализироваться или озвучиваться. В таком случае, подход переводчика будет несколько меняться. Визуализированные и озвученные реалии сами по себе доносят информацию до реципиента, поэтому довольно частотным способом передачи таких реалий оказывается их опущение (например, при визуализации игры на таком инструменте как *маракасы*, адекватным окажется опущение данного слова в переводе). Таким образом, можно говорить о том, что для перевода визуализированных реалий в большинстве случаев переводчики прибегают к стратегиям доместикации.

Исследователи культурно-маркированных единиц в аудиовизуальном переводе отмечают, что доместикация, с её функциональными и социокультурными характеристиками, должна быть превалирующей при передаче таких единиц в субтитрах, т.к. чрезмерное использование приема форенизации

может вызвать трудности восприятия и толкования аудиовизуального произведения [6, с. 17]. Ограничение времени нахождения на экране группы субтитров, содержащей культурно-маркированные единицы, а именно иностранные имена и наименования, „может затруднить способность зрителя к ассоциации имен с персонажами” [6, с. 17].

Авторы вышеуказанных стратегий передачи культурно-маркированных единиц при аудиовизуальном переводе распределяют данные стратегии таким образом, что ни находятся на одном отрезке, противоположные точки которого и являются яркими проявлениями доместикации и форенизации. Между ними находятся стратегии менее выраженного характера. Например, транскрипция и заимствование – это характерные стратегии форенизации, а культурная/функциональная замена и опущение – характерные стратегии доместикации. Стратегии форенизации ориентированы на язык оригинала, а стратегии доместикации – на язык перевода. В аудиовизуальном переводе могут одновременно использоваться несколько стратегий, что является показателем адаптированности текста.

Таким образом, следующим аспектом, требующим рассмотрения при исследовании вопроса о способах и стратегиях передачи культурно-маркированных единиц в аудиовизуальном переводе, является адаптация. Адаптация, с одной стороны, может рассматриваться как одна из стратегий, при которой текст перевода приспособляется к языку и культуре перевода для того, чтобы вызвать подобные смыслы оригинала. В таком случае адаптация рассматривается как форма эквивалентности [3, с. 42]. С другой стороны, адаптация может рассматриваться как стратегия, направленная на приспособление текста перевода к определенным условиям. На установление таких условий влияют несколько факторов, часть из которых уже были указаны выше:

- 1) вид аудиовизуального перевода;
- 2) государственные нормы и традиции;
- 3) рекомендации компании-заказчика;
- 4) традиции компании-изготовителя перевода;
- 5) жанр фильма;
- 6) потенциальная аудитория:
 - а) возраст (взрослый : ребенок);
 - б) знания (профессиональные : общие);
 - в) физические возможности (наличие ограничений по слуху и зрению : отсутствие таких ограничений).

В отношении передачи реалий отдельно можно вынести такие факторы, влияющие на степень адаптации: „значимость реалии в контексте; характер самой реалии, её место в лексических

системах исходного языка и языка перевода; сами языки – их словообразовательные возможности, литературная и языковая традиция [2, с. 94].

Практика передачи культурно-маркированных единиц в аудиовизуальном переводе показывает, что традиционно редко наблюдается влияние только одного фактора на выбор стратегии передачи таких единиц – в основном имеет место объединение двух и более факторов. Таким образом, выбор стратегии переводчиком зависит как от объективных, так и от субъективных факторов. Каждый фильм с его набором культурно-маркированной лексики должен рассматриваться как отдельный особый случай, требующий тщательного и взвешенного подхода. Перспективным считаем рассмотрение каждой стратегии с учетом представленных факторов на материале определенных фильмов и определенных языков пар.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андрейко Л. В. Можливості відтворення інтертекстуальності у перекладі / Л. В. Андрейко // Гуманітарний вісник. Серія : Іноземна філологія. – Число 13. – Черкаси : ЧДТУ, 2009. – С. 249-253.
2. Влахов С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М. : Междунар. отношения, 1980. – 341 с.
3. DayanLiu. Subtitling cultural specificity from English to Chinese [Электронный ресурс] / Liu Dayan // American International Journal of Contemporary Research. – October 2012. – Vol. 2. – No. 10. – P. 39-46.
4. Gile D. Basic concepts and models for interpreter and translator training / Daniel Gile. – Amsterdam ; Philadelphia: John Benjamins Pub. Co, 2009. – XV, 283 p.
5. KaramitroglouF.A Proposed Set of Subtitling Standards in Europe [Электронный ресурс] / F. Karamitroglou // Translation Journal. – 1998. – Vol. 2. – No. 2. – 16.10.2014. – Режим доступа : <http://translationjournal.net/journal/04stndrd.htm>.
6. Kolechko V. Доместикация и форенизация реалий в аудиовизуальном произведении / Victoria Kolechko. – Elokua, 2012. – 66 p.
7. Shirinzadeh S. A. Foreignizing and domesticating tendencies in Pazargadi's English translation of Hafez's Lyrics: Study a case / Seyed Alireza Shirinzadeh // Mediterranean Journal of Social Sciences. – 2014. – No. 20. – Vol. 5. – P. 2350-2358.
8. Zare-Behtash E. A Diachronic Study of Domestication and Foreignization Strategies of Culture-Specific Items: in English-Persian Translations of Six of Hemingway's Works / Esmail

Zare-Behtash, Sepideh Firoozkoobi // World Applied Sciences Journal. – 2009. – Vol. 7 (12). – P. 1576-1582.

АННОТАЦИЯ

Вострецова В. А. Стратегии передачи культурно-маркированных единиц в аудиовизуальном переводе

В статье рассматриваются основные стратегии передачи культурно-маркированных единиц, встречающихся в фильмах разных типов и жанров. Автор фокусирует внимание на двух основных стратегиях – доместикации и форенизации, отдельных частных стратегиях; характеризует переводческую адаптацию; рассматривает основные типы культурно-маркированных единиц, встречающихся в кинотексте; определяет основные факторы, влияющие на выбор переводчиком той или иной стратегии передачи культурно-маркированных единиц.

Ключевые слова: аудиовизуальный перевод, культурно-маркированная лексика, доместикация, форенизация, адаптация.

SUMMARY

Vostretsova V. A. Strategies of conveying culturally-bound words in audiovisual translation

The article deals with the major strategies of conveying culturally-bound words, occurring in films of different types and genres. The author focuses her attention on two main strategies – domestication and foreignization, as well as separate particular strategies; characterizes translator's adaptation; considers the main types of culturally-bound words, arising in film dialogues; determines the major factors affecting a translator's choice of a certain strategy of conveying culturally-bound words.

Key words: audiovisual translation, culturally-bound words, domestication, foreignization, adaptation.

*Г.Г. Дрінко
(Горлівка)*

УДК 81'362 = 161.2 = 111

ЗІСТАВНИЙ АНАЛІЗ МОВЛЕННЄВОГО АКТУ «ПРОПОЗИЦІЯ» В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

1. Вступні зауваження. Останнім часом особливу увагу набувають зіставні дослідження спонукальних мовленнєвих актів у різноструктурних мовах [3, 4, 10]. Тому, це дослідження присвячене аналізу засобів експлікації мовленнєвого акту