

3. Online literature enters National Library of China collection [Electronic resource] // SGTN. 2020. Mode of access: <https://news.cgtn.com/news/2020-09-01/Online-literature-enters-National-Library-of-China-collection-TqMFDF4pRS/index.html> (date of access: 24.10.2020).
4. Ren X., Montgomery L. Chinese online literature: creative consumers and evolving business models [Electronic resource] // Arts and the Market. 2012. №2. P. 118–130. Mode of access: <https://eprints.qut.edu.au/50897/17/50897Auth.pdf> (date of access: 22.10.2020).
5. Shen X., Zheng S., Liu Y., Williams R., Li Y., Gerst M. Online Literature in China [Electronic resource] // CREATE Working Paper. 2019. Mode of access: <http://doi.org/10.5281/zenodo.2590572> (date of access: 21.10.2020).
6. Новицкая О. В. Ненормативная лексика как элемент речевой характеристики персонажа: диалектизмы, вульгаризмы, жаргонизмы в художественном переводе [Электронный ресурс] // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2017. №10. С. 203–214. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35328460> (дата обращения: 18.10.2020).

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ АЛЛЮЗИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ КОМИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ (НА МАТЕРИАЛЕ СЕРИАЛА «ДРУЗЬЯ»)

М. Д. Семенчук

Научный руководитель Е. О. Шейко, кандидат филологических наук, доцент

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

Гродно, Беларусь

e-mail: semenchuk_margarita@mail.ru

Данная статья посвящена особенностям передачи аллюзий с английского языка на русский при переводе комических текстов. В статье рассматриваются способы перевода аллюзии, а также анализируется степень эквивалентности текстов перевода и оригинала.

Ключевые слова: комическое, аллюзия, прецедентный феномен.

Введение. Так как в рамках данной статьи мы рассматриваем особенности перевода аллюзий на материале 1 сезона комедийного сериала «Друзья», необходимо определить значение термина «комическое». Ввиду того, что понятие комического изучается различными областями научного знания, существует огромное количество его толкований. В нашей же работе мы будем рассматривать комическое в качестве «предмета и явления, объективно заслуживающего особой эмоционально насыщенной эстетической формы отрицающей и утверждающей критики, представляющей предмет в неожиданном свете, вскрывающей внутрен-

ние противоречия его и вызывающей активное самостоятельное противопоставление предмета эстетическим идеалам» [1, с. 6].

Для создания комического эффекта используются разнообразные средства. Одним из таких средств является приём аллюзии. Аллюзия представляет собой ссылку на общеизвестный исторический или литературный факт, высказывание известного человека и т.д. Другими словами, суть аллюзии состоит в апелляции к тому или иному прецедентному феномену. К таким феноменам относятся актуальные, широко известные представителям той или иной национально-лингво-культурной общности, постоянно возобновляемые в речи феномены.

Следует отметить, что за прецедентным феноменом всегда стоит некий инвариант его восприятия, который делает обращение к прецедентному феномену понятным для всех носителей языка, позволяет обнаружить общую направленность цитирующего и цитируемого текста [2]. Прецедентные феномены могут быть вербальными и невербальными. К вербальным относится разного рода текстовая информация, а к невербальным – произведения архитектуры, живописи, скульптуры, музыки и т.д. [3].

Основная часть. Трудность передачи аллюзий состоит в том, что необходимо передать не просто прямое значение той или иной фразы, но расшифровать коннотацию той или иной фразы, передать национальный колорит. Однако при переводе комических текстов задача усложняется ещё и необходимостью воссоздания комического эффекта на переводящем языке. Рассмотрим примеры из перевода сериала «Друзья», выполненного телеканалом РТР.

В одной из серий друзья спорят о важности первого поцелуя для женщин и мужчин: *I think, for us kissing is pretty much like an opening act, you know, I mean, it's like the stand-up comedian you have to sit through... before Pink Floyd comes out.* [4]

На русском языке эта реплика звучит следующим образом: *‘А для нас поцелуй – только пролог. Как на концерте. Сперва выходит конференсье, чтобы разогреть публику, а уж потом – настоящее шоу’.* [5]

В данном случае к прецедентным явлениям относятся stand-up comedian и Pink Floyd. При переводе этих выражений переводчики прибегли к интерпретации текста. С точки зрения зрителя, смотрящего сериал в 2020 году, такое переводческое решение кажется неоправданным, но следует помнить, что сериал был снят в 1994 году, а его перевод был выполнен в конце 90-ых, тогда, когда в русскоговорящих странах никто не слышал про жанр стэнд-ап комедии. Что же касается группы Pink Floyd, она на тот момент также была не очень популярна на постсоветском простран-

стве. Всё это позволяет сказать, что интерпретация, к которой прибегнул переводчик, была полностью оправданной, тем более комический эффект был сохранён.

Ещё один пример аллюзии:

– *How about with the baby's name?*

– *Marlon...*

– *Marlon.*

– *If it's a boy. Minnie, if it's a girl.*

– *As in "Mouse"?*

– *As in my grandmother.*

– *Still, you say "Minnie", you hear "Mouse".* [4]

В этом отрывке комический эффект создан с помощью аллюзии к персонажу знаменитых в США мультфильмах Уолта Диснея о Микки Маусе и его подруге Минни Маус. На русском языке этот диалог звучит следующим образом:

– *Не знаю, хотя бы как мы его назовём?*

– *Марлон...*

– *Марлон.*

– *Если будет мальчик, а если девочка – Минни.*

– *В честь мышонка что ли?*

– *В честь моей бабушки.*

– *Минни – какое-то мышинное имя...* [5]

Здесь переводчик использовал генерализацию («В честь мышонка что ли?») и смысловую модуляцию («Минни – какое-то мышинное имя»). В целом, комический эффект был передан, хотя в русском языке он воссоздаётся уже другими художественными средствами.

Заключение. В заключение всего вышеизложенного стоит добавить, что сериал «Друзья» знаменит изобилием шуток, ориентированных именно на американскую аудиторию, а потому вызвал множество трудностей у переводчиков из разных стран и компаний (в отобранном нами материале шутки, основанные на аллюзиях, составляют 30%). В большинстве случаев переводчики при переводе аллюзий прибегали к интерпретации текста (45%). Вторым наиболее популярным способом перевода стала генерализация (18%) [7].

Библиографические ссылки

1. Боров Ю. Комическое. М. : Искусство, 1970. 272 с.
2. Белокурова С. П. Словарь литературоведческих терминов [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://rus-literary-criticism.slovaronline.com> (дата обращения: 24.10.2020).

3. Виноградов В. С. Перевод: общие и лексические вопросы : учеб. пособие. 3-е изд. М. : КДУБ 2006. 240 с.
4. «Друзья» с английскими субтитрами [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.friends10.ru/category/friends-english-sub/> (дата обращения: 22.10.2020).
5. Друзья: все серии всех сезонов онлайн [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://druzia.tv/329-friends-podryad> (дата обращения: 22.10.2020).
6. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность. М. : Гнозис, 2003. 375 с.
7. Нечаева К. К. Аллюзии: виды, функции, трудности перевода (на примере португальских СМИ) [Электронный ресурс] // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. 2018. № 12. С. 66–79. Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/n/allyuzii-vidy-funktsii-trudnosti-perevoda-na-primere-portugalskih-smi/viewer> (дата обращения 24.10.2020).

ЛОКАЛИЗАЦИЯ КАК ПРИЕМ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ ФИЛЬМОВ

Е. А. Сечко

Научный руководитель С. А. Давыдова, старший преподаватель

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

e-mail: lena.sechko24@gmail.com

В статье рассматриваются понятие «локализация названий фильмов», функции названий фильмов, а также приводятся примеры названий фильмов на английском языке и их перевод на русский язык.

Ключевые слова: локализация; транскреация; названия фильмов; способы переводов.

Введение. В современном мире под воздействием растущих процессов глобализации все большее распространение получает мировой кинематограф. Это, несомненно, требует качественного перевода и локализации кинолент в странах, для которых продукт является зарубежным.

В переводе нуждается не только текстовая часть фильма, но и его название. Причем название должно сохранить свои выполняемые функции. Для этого недостаточно дословно перевести заглавие произведения, следует выполнить его локализацию.

Языковая локализация – это процесс перевода различного контента, во время которого одновременно выполняется адаптация к реалиям определенной местности. Например, в мультфильме «Зверополис» в версиях для разных стран был изменен зверь – ведущий новостей: панда в Китае, лось в Канаде, коала в Австралии и т. д. Само понятие «локализация» возникло и оформилось относительно недавно, примерно в конце двадца-