

## ТЕХНОЛОГИЯ ПЕРЕДАЧИ ПРАГМЕМ В КИНОПЕРЕВОДЕ

М. В. Кот

*Белорусский государственный университет, г. Минск;*

*markell.kot@mail.ru;*

*науч. рук. – О. И. Уланович, канд. психол. наук, доц.*

В данной статье выявляются лингво-прагматические аспекты киноперевода. Автором предлагается классификация способов передачи прагматически насыщенных единиц при переводе кинодиалога. Анализ передачи прагматики в кинопереводе позволил выделить шесть стратегий перевода прагмем: стратегия деэкспрессивизации, стратегия декодификации, стратегия эквивалентной замены, стратегия аналогизации, стратегия инвективизации, стратегия семантической адаптации к принимающей лингвокультуре.

**Ключевые слова:** киноперевод; кинотекст; кинодиалог; прагмемы; стратегии перевода.

В век стремительного развития технологий и медиасреды набирает обороты тенденция визуализации коммуникативного пространства, при которой информация, представленная в текстовом формате, вербальная, все активнее уступает пальму первенства по популярности и потребительскому спросу информации, представленной в визуальных образах. Современная культура и коммуникативная среда становятся все более и более визуальными. Современный человек, погруженный в технологизированную среду, мыслит «картинками» и эффективнее воспринимает информацию, представленную именно в зрительных образах [1, с. 32].

Сегодня практически каждый человек имеет доступ к разнообразным информационным ресурсам, количество доступной информации постоянно растет, вместе с тем растет и уровень потребления визуальной информации. Особое место в современной медиасфере – составляющей визуальной культуры – занимает один из наиболее известных ее элементов – кинопродукция.

Зарубежным кинокомпаниям принадлежат лидирующие позиции в списке наиболее успешных и влиятельных производителей продуктов кинематографа, соответственно кинофильмы, выходящие в прокат в англоязычном озвучивании, доминируют сегодня в медиасфере. Как следствие, стабильно высока потребность в кинопереводе и локализации кино.

Под термином «киноперевод» обычно подразумевают вид аудиовизуального перевода, ориентированный на перевод художественных и анимационных фильмов и сериалов. Киноперевод можно определить как процесс и результат передачи на язык реципиентной культуры вербальной составляющей кинотекста, при которых языковая форма киноречи

претерпевает определенные трансформации с учетом приоритета сохранения семантики и прагматики текста, необходимости лингвокультурной адаптации перевода и синхронизации аудио и видеоряда в кино. Существует три основных вида киноперевода: закадровый перевод, дублирование, перевод с субтитрами. Каждый из них имеет свои особенности: дублирование требует точного синхронизма с видеорядом, субтитрование предполагает лаконичность для успешного одновременного восприятия картинки и текста перевода зрителем, при закадровом переводе синхронизация менее важна, но лаконичность также актуальна. Предметом киноперевода выступает кинотекст.

В соответствии с определением Е.Е. Анисимовой кинотекст – особый лингвовизуальный феномен, текст, в котором вербальный и изобразительный компоненты образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, обеспечивающее его комплексное прагматическое воздействие на адресата [2, с. 75]. Перевод кинотекста должен соответствовать определенным условиям: текст ограничен временными рамками звучания, что исключает введение комментариев (допустимо лишь некоторое дополнение его краткими пояснениями); кинодиалог (речь персонажей) рассчитан на мгновенное восприятие и реакцию зрителей, следовательно, должен быть максимально информативным, понятным и экспрессивным.

Основное внимание при переводе кинофильма уделяется кинодиалогу – персонажной речи, которая адресована одновременно и экранному собеседнику, и заэкранному зрителю, что наделяет кинодиалог рядом функций, особой семантикой, прагматикой и языковым воплощением. Кинодиалог наполнен прагматически маркированными единицами – прагмемами, которые выполняют следующие функции: выражение эмоционально-оценочных реакций персонажей, отношений между ними, раскрытие характера / личности героя, его принадлежности к определенной социальной группе, культурной среде, провоцирование эмоционального отклика со стороны зрителя, маркирование коммуникативной ситуации общения.

Материалом нашего исследования выступил англоязычный комедийный художественный фильм *Overboard* («За бортом», 2018 г.), являющийся одноименным ремейком фильма «За бортом» (1987 г.). Это комедийный фильм о хитросплетении судеб диаметрально противоположных личностей: многодетной матери – разносчицы пиццы и избалованного богача.

Классификация прагматически маркированных элементов в кинодиалоге англоязычной кинокомедии *Overboard* позволил нам выявить следующие группы парагем: *сленговые выражения, инвективные единицы,*

эмоциональные восклицания, разговорные фразеологические обороты, просторечия, синтаксические разговорные контаминанты, реалии, ироничные сентенции.

Осуществленный нами анализ оригинального текста диалогов персонажей (на английском языке (АЯ)) и текста перевода кинодиалога (на русском (РЯ)) позволил выделить ряд ключевых **стратегий** передачи данных групп прагматически насыщенных единиц кинодиалога: 1) стратегию эквивалентной замены, 2) стратегию декодификации, 3) стратегию инвективизации, 4) стратегию дезэкспрессивизации, 5) стратегию аналогизации, 6) стратегию семантической адаптации к принимающей лингвокультуре.

*Стратегия эквивалентной замены* представляет собой такой способ перевода прагмем, при котором единица АЯ оригинала передается РЯ лексемой, позволяющей добиться наивысшего уровня эквивалентности в тексте перевода:

*Here it comes... Vienna* – ‘А, сейчас снова заведете про Вену’;

*The mechanic agrees with me, dumbass* – ‘Слышал, тупица. Я был прав’;

*Dude has no idea who he is* – ‘**Парень** понятия не имеет кто он’;

*You'll get better* – ‘Ты встанешь на ноги’.

*Стратегия декодификации* реализуется в тех случаях, когда языковая единица оригинала, не имеющая прагматической основы, передается прагмемой в тексте перевода:

*We are going down to the hospital right now and getting the money he owes me* – ‘Мы едем в больницу прямо сейчас, **выбивать деньги**, которые он мне должен’;

*This is so frustrating* – ‘**Как же бесит!**’;

*She's too cool to admit it...* – ‘Слишком крутая, чтобы **дать волю эмоциям...**’.

*Стратегия инвективизации* предполагает добавление инвективы – средства языковой (вербальной) агрессии – в текст перевода, когда такая отсутствует в оригинале. Инвективные единицы выполняют коммуникативную, оценочную, а также эмотивно-экспрессивную функции:

*You are a vain, empty little man, who'd be nothing without his daddy's money* – ‘Ты – **зажравшийся мелкий мужичонка. Пустое место без папиных денег**’;

*Oh, God!* – ‘**Вот урод!**’.

*Стратегия дезэкспрессивизации* представляет собой использование такой лексической единицы языка перевода, которая снижает эмоционально-экспрессивную и эстетическую ценность прагматически

маркированной единицы текста оригинала, нейтрализуя в данном конкретном эпизоде РЯ перевод:

*I remember nothing except waking up on a beach with an ass full of sand* – ‘Я не помню ничего, кроме того, что проснулся на пляже **весь в песке**’;

*He'll be an extra paycheck, so you have time to study* – ‘У тебя появится **источник дохода** и время на учёбу’;

*That's why it's genius* – ‘**Всё получится**’.

Деэпрессивизация используется и при передаче контаминантов – языковых единиц, которые образуются при объединении морфем двух или более языковых единиц на основе их структурной, функциональной, семантической близости. Контаминированная АЯ единица опускается в РЯ переводе в силу отсутствия речевого аналога::

*Is that gonna disturb you?* – ‘**Я вам не помешаю?**’;

*We're gonna figure this out* – ‘Мы что-нибудь придумаем’;

*I'm gonna be late for my other job* – ‘Я опоздаю на вторую работу’.

Стратегия аналогизации предполагает употребление иноязычного вкрапления в РЯ тексте перевода или использование лексической единицы, максимально близкой АЯ оригиналу по семантике и прагматике, выступающей аналогом, граничащим с тождественностью:

*If you're gonna trash me in front of the gringos, do it in Spanish* – ‘Если унижаешь меня перед **гринго**, хотя бы на испанском это делай’;

*Adios* – ‘**Адъёс**’;

*Whoa, shit!* – ‘**Вау, блин!**’.

Стратегия семантической адаптации к принимающей лингвокультуре имеет место в случаях передачи реалий определенной культурной среды. Как известно реалии не имеют постоянного эквивалента в языке перевода и являются чуждыми для культуры переводящего языка. Наиболее распространенными приемами перевода реалий считаются: перевод с использованием функционального аналога, гипонимический перевод, описательный перевод, опущение реалии в переводе:

*I'm not paying you or the "We Care Carpet and Fabric Company"* – ‘Я не заплачу ни тебе. Ни компании, где ты работаешь’;

*Tomorrow we're going to Goodwill* – ‘Завтра же едем в **магазин**’.

Мы проанализировали 43 минуты кинофильма и, используя метод сплошной выборки, выделили 156 прагматически насыщенных единиц. Статистический анализ позволил определить репрезентативность стратегий передачи прагмем в кинодиалоге в кинопереводе (рис.):



Рис. Репрезентативность стратегий перевода при передаче прагмем на РЯ в кинофильме «За бортом» (2018 г.)

Статистические данные демонстрируют, что доминирующей при переводе кино является стратегия *эквивалентной замены* (32% прагмем переданы именно таким образом). Примечательным фактом является весьма частотное использование стратегии *деэкспрессивизации* (31%), снижающей «градус» экспрессивности в речи персонажей при переводе на РЯ. Компенсировать данные переводческие «потери» призваны стратегии *декодификации* и *инвективизации*, которые суммарно все равно уступают по активности применения переводчиком стратегии *деэкспрессивизации* (25% vs. 31%), что позволяет нам предположить о большей степени выдержанности РЯ перевода кинодиалога в рамках языковой нормы, этикетности общения и языкового канона.

История существования киноперевода занимает относительно короткий промежуток времени в исторической проекции, и многие его аспекты требуют детального изучения. Прагматически насыщенные единицы представляют собой особую сложность при переводе кинодиалога. Предлагаемая нами классификация стратегий передачи прагматически маркированных элементов затрагивает важную сторону киноперевода – обеспечение адекватного перевода не только зарубежной кинопродукции на РЯ, но и продуктов РЯ кинематографа на иностранные языки.

#### Библиографические ссылки

1. Симбирцева Н. А. Визуальное в современной культуре / Н. А. Симбирцева // Человек в мире культуры. – 2012. – № 1. – С. 28-32.
2. Анисимова Е. Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) / Е.Е. Анисимова // Вопросы языкознания. – 1992. – №1 – С. 71-79.