

СОЗДАВАЯ НОВУЮ ВИЗУАЛЬНУЮ РЕАЛЬНОСТЬ: АУДИОДЕСКРИПЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ КИНОФИЛЬМОВ

М. В. Савко

*Белорусский государственный университет,
ул. К. Маркса, 31, 220030, г. Минск, Республика Беларусь, marina.savko@gmail.com*

Целью данной работы является исследование стратегий передачи визуального контента в аудиодескрипции (АД) фильмов на разных (французском, немецком, польском и русском) языках (межъязыковой подход). АД как межсемиотический вид перевода призвана обеспечить детальное понимание аудиовизуальной продукции для слепых и слабовидящих зрителей. Для этой категории зрителей визуальное содержание фильма определяется аудиодескриптором. Язык фильма имеет сложную природу, сочетая в себе время, звук и изображения, он передает смысл денотативно и коннотативно. В случае описания денотативного образа (сугубо визуального содержания), когда образ соответствует своему смыслу, АД, представленная на разных языках, относительно однородна и включает только буквальные описания того, что видно на экране, что раскрывает главную задачу аудиодескрипторов – как можно точнее передать визуальную информацию. В случае, когда визуальный элемент функционирует как коннотативный, проанализированные описания демонстрируют значительные различия в представлении коннотативных образов, что обусловлено различным прочтением и интерпретацией образов авторами АД, а также целевыми языками и культурами.

Ключевые слова: аудиодескрипция; межсемиотический перевод; трансформация; денотативное изображение; коннотативное изображение.

CREATING A NEW VISUAL REALITY: AUDIO DESCRIPTION OF FILMS

M. Sauko

*Belarusian State University,
K. Marx str., 31, 220030, Minsk, Republic of Belarus, marina.savko@gmail.com*

The present paper is aimed at investigating the strategies in rendering visual content in audio description (AD) of films in different (French, German, Polish and Russian) languages, (interlingual approach). AD, as an intersemiotic type of translation, aims to provide detailed understanding of audiovisual products for blind and visually impaired audience. For this category of spectators, the visual content of the film is seized by the audio describer. The film language has a complex nature combining time, sound, and images, it communicates meaning denotatively and connotatively. In the case of describing the denotative image (purely visual content), where the image corresponds to its meaning, descriptions presented in different languages are relatively homogeneous and include only literal descriptions of what is visible on the screen that reveal the intention of the audio describers to render the visual information as accurately as possible. In the case where a visual element functions as a connotative one the analysed descriptions display significant differences in the presentation of connotative images due to different reading and interpreting of the images by audio describers as well as to the target languages and cultures.

Key words: audio description; intersemiotic translation; transformation; denotative image; connotative image.

Количество слепых людей в мире составляет (по разным оценкам) около 70 миллионов человек, при этом, по статистке ВОЗ [1], примерно

еще 800 миллионов человек с трудом справляются с элементарными повседневными делами из-за некомпенсированных проблем со зрением. Вопросу о безбарьерной среде все еще уделяется недостаточно внимания. И лишь повышение осведомленности о нуждах людей с особыми потребностями может изменить ситуацию. Так, для незрячих людей одним из инструментов доступности и социальной инклюзии является аудиодескрипция (АД). Концепция АД формируется в последнее десятилетие под влиянием различных дисциплин: от психологии и социологии до семиотики и переводоведения (точнее, теории и практики аудиовизуального перевода).

АД определяется как тип межсемиотического перевода, техника которого основана на вербальном описании визуального и звукового содержания какого-либо аудиовизуального продукта, недоступного для незрячих или слабовидящих людей. Цель АД – обеспечить детальное понимание и удовольствие (эстетическое наслаждение) от аудиовизуальной продукции (фильма, телепередачи, видеоигры, театрального представления, музейной выставки и т.д.) для слепых и слабовидящих зрителей.

Процесс создания АД включает обычно несколько более или менее обязательных этапов. Первый этап – написание сценария АД: просмотр и анализ аудиовизуального материала, создание описаний, синхронизация описаний с диалогами. Второй этап включает запись АД (если речь не идет об АД театральных постановок), третий – микширование АД с оригинальной звуковой дорожкой в соответствующем формате.

Существует целый ряд стандартов создания АД, которые содержательно очень похожи: аудиодескриптор должен следовать общему правилу «описывай то, что видишь», поэтому специалиста по АД часто называют «объективом вербальной камеры» [2, с. 197]. Однако, например, в стандарте ADLAB [3] подчеркивается, что АД «всегда будет определяться конкретным контекстом, в котором происходит данное нарративное событие, и часто существует несколько вариантов его описания» [3, с. 16]. Это замечание ставит под сомнение возможность формулировки универсальных правил АД. В данном контексте важна следующая идея Пилар Ореро: понимание *языка фильмов* станет шагом вперед в создании *языка аудиодескрипции* (курсив наш – М. С.) [4, с. 25].

Обычно «коммуникация» между зрителем и кинотекстом происходит на сенсорном, эмоциональном и когнитивном уровнях. Для слепых и слабовидящих зрителей на сенсорном уровне визуальный канал (центральный для восприятия фильма) замещается звуковым описанием (АД).

Язык фильма передает смысл денотативно и коннотативно. Ролан Барт в «Риторике образа» проводит различие между буквальным и символическим изображением [5, с. 42]. Как разграничение буквального и символического в кинотексте могло бы быть полезно при составлении АД? При описании денотативного изображения, когда визуальный образ соответствует своему значению, применимо правило «описывай то, что видишь», из чего следует, что АД визуального элемента не представляет особых сложностей, пока этот элемент выступает в своем буквальном значении. Данное правило не действует в том случае, если визуальный элемент выполняет символическую функцию. Но существует ли в фильмах вообще буквальное изображение в чистом виде? Визуальная информация гораздо более имплицитна, чем вербальная. Визуальное восприятие является творческим и очень избирательным, следовательно, визуальный контент может быть классифицирован по-разному. Означает ли это, что один и тот же визуальный элемент будет по-разному интерпретирован разными аудиодескрипторами, особенно если описания создаются на разных языках?

Частично ответ на данный вопрос дает проведенный сопоставительный анализ АД к фильму «Intouchables» (2011) на русском (AD (R) – рус. АД), польском (AD (P) – пол. АД), французском (AD (F) – фр. АД) и немецком (AD (G) – нем. АД) языках. В процессе анализа удалось собрать корпус примеров, иллюстрирующих различные подходы к АД. Рассмотрим наиболее показательные из них.

Группа 1. Репрезентация объектов. В одном из эпизодов фильма зритель может наблюдать быстродвигающийся по ночной дороге автомобиль. Описания данного объекта показывают, что одни аудиодескрипторы интерпретируют его значение как буквальное, другие – как символическое:

AD (F): *La voiture de sport noire...* – ‘Черная спортивная машина...’

AD (R): *Машина...*

AD (P): *Luksusowy czarny samochód...* – ‘Дорогая черная машина...’

AD (G): *Ein Maserati...* – ‘Мазерати ...’

Очевидно, что за каждым из приводимых вербальных описаний стоят не только различные визуальные прототипы, но и различные коннотации: фр. АД – скорость, высокая цена; пол. АД – высокая цена; нем. АД – скорость, цена, принадлежность обладателя данной машины к определенному классу; рус. АД – наименование транспортного средства (денотативность). Дескрипторы также выбирают различные стратегии АД: номинация объекта (*Мазерати*) или его описание (*черная, дорогая, спортивная*).

Группа 2. Репрезентация субъектов (и их внешнего вида, выполняемых действий, эмоциональных состояний и т.д.). При описании эмоций используется 2 стратегии: имплицитное описание (через движения, жесты, выражения лица и т.д., но эмоция при этом не называется, так как зритель должен сам сделать вывод об эмоциональном состоянии героя); прямая номинация эмоции (средства номинации здесь самые разные: *удивление – удивленный – удивленно*). Приводимые ниже примеры предлагаются разными аудиодескрипторами для описания удивления:

AD (F): *Il regarde à l'intérieur.* – ‘Он смотрит / заглядывает внутрь’.

AD (R): *Driss открывает рот.*

AD (P): *Otwiera usta ze zdumienia.* – ‘Отрывает рот от удивления’.

AD (G): *Fasziniert schaut Driss sich um.* – ‘Дрисс удивленно осматривается’.

Действия героев. В рассматриваемом ниже примере герой фильма поздно вечером находится на небольшой террасе на крыше дома. Данную сцену авторы АД увидели следующим образом:

AD (F): *Driss est assis dans un coin.* – ‘Дрисс сидит в углу’.

AD (P): *Pod ścianą siedzi Driss.* – ‘Дрисс сидит у стены’.

AD (G): *Driss sitzt in der Ecke und isst.* – ‘Дрисс сидит в углу и ест’.

AD (R): *В руках Дрисса шаурма.*

Примечательна здесь АД на русском языке, где автор, нарушая общее правило подобных описаний (Кто? Где? Когда? Что делает?), акцентирует внимание на том, что главный герой, любясь с крыши дома видами богатого парижского округа, ужинает шаурмой (и это весьма вольная интерпретация изображения, так как сложно понять, что на самом деле он держит в руках). Шаурма (а не бутерброд, сэндвич, гамбургер и т.д.) используется в данном контексте как маркер принадлежности главного героя к определенной социальной группе, а также противопоставления двух совершенно разных социальных слоев. Абсолютно бытовая сцена при таком описании приобретает дополнительный смысл. Следует отметить, что аналогичное «социальное» противопоставление можно обнаружить и в других эпизодах анализируемого фильма.

Группа 3. Визуальные тропы. Особый блок примеров составляют визуальные тропы, то есть такие метафоры, метонимии, в которых целевая область и область-источник представлены преимущественно в визуальной модальности [6, с. 18] (в отличие, например, от мультимодальных тропов, которые задействуют несколько модальностей). В фильмах визуальная метафора и метонимия не являются каким-то декоративным приемом, они обеспечивают важную основу для понимания ассоциативного киноязыка.

Традиционные руководства по АД не содержат правил описания визуальных тропов. Американские и европейские специалисты отдают предпочтение объективному описанию, исключая интерпретацию, но все больше исследователей ставят под сомнение такой подход: «Необходимо создавать АД, которая являлась бы результатом более глубокого анализа, понимания и интерпретации фильмов, а не следовать существующим руководствам, которые настаивают на поверхностном прочтении» [4, с. 25].

В одном из эпизодов фильма комический эффект строится на визуальной метонимии (*небольшие прямоугольные усы* → *Гитлер*). Метонимия считается лишь в том случае, если зритель может реконструировать образ печально известного исторического персонажа по одной его внешней характеристике: усам щёткой. Авторы АД визуальную метонимию вербализуют путем прямой номинации («*в стиле Гитлера*»), кроме АД на русском языке:

AD (F): *Driss amène Philippe devant le miroir. Il a une petite moustache à la Hitler.* – ‘Дрисс подвозит Филиппа к зеркалу. У Филиппа небольшие усы в стиле Гитлера’.

AD (P): *Został prostokątny wąsik à la Hitler* – ‘Остались прямоугольные усы в стиле Гитлера’.

AD (G): *Philippe mit Hitlerbärtchen.* – ‘Филипп с усами Гитлера’.

Русскоязычный аудиодескриптор использует вместо номинации описание (AD (R): *С кроткой щеточкой усов под носом*), позволяя таким образом своему зрителю самостоятельно распознать здесь визуальный троп (данная стратегия вполне оправдана, так как сопровождающий визуальный ряд диалог выполняет комплементарную функцию).

Проведенный анализ позволяет сделать некоторые обобщения. Несмотря на относительную универсальность правил АД, описания конкретного визуального или звукового компонента могут отличаться, нередко значительно. При создании АД фильмов аудиодескриптор осуществляет ряд трансформаций, которые можно соотносить с переводческими трансформациями (конкретизация, генерализация, опущение и т.д.), хотя и работает при этом с различными семиотическими системами. Как следствие, за вербальными описаниями одного и того же объекта или субъекта зачастую стоят не только различные визуальные прототипы, но и различные коннотации. Анализ описаний фильма «*Intouchables*» на русском, польском, французском и немецком языках показывает, что выбор стратегии АД обусловлен типом описываемого визуального элемента (денотативное / коннотативное изображение), а также в определенной мере может зависеть от целевого языка и культуры.

Библиографические ссылки

1. ВОЗ. Слепота и нарушения зрения [Электронный ресурс]. URL: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/blindness-and-visual-impairment> (дата обращения: 16.04.2023).
2. Orero P. Audio Description Behaviour: Universals, Regularities and Guidelines // *International Journal of Humanities and Social Science*. 2012. Vol. 2. No. 17. P. 195–202.
3. Remael A., Reviers N., Vercauteren G. Pictures painted in words: ADLAB Audio Description guidelines. Trieste : EUT Edizioni Università di Trieste, 2015.
4. Orero P. Film reading for writing audio descriptions: A word is worth a thousand images? // *Emerging topics in translation: Audio description* / ed. by E. Perego. Trieste : EUT Edizioni Università di Trieste, 2012. P. 13–28.
5. Barthes R. Rhétorique de l'image // *Communications*. 1964. No. 4. P. 40–51.
6. Forceville C. Visual and Multimodal Metaphor in Film: Charting the Field // *Embodied Metaphors in Film, Television, and Video Games* / ed. by K. Fahlenbrach. London : Routledge, 2016. P. 17–32.