

ПЕРЕДАЧА ЮМОРИСТИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ (НА ПРИМЕРЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ TED TALKS)

Е. А. Крекер

Научный руководитель Е. С. Абаева, доктор филологических наук, профессор

Московский городской педагогический университет

Москва, Россия

e-mails: abaevaes@mgpu.ru ; kreker916@mgpu.ru

В статье рассматриваются некоторые особенности перевода текста публицистического стиля с английского языка на русский. Представлен анализ ряда отрывков текста с учётом сохранения или потери юмористического эффекта при переводе на русский язык.

Ключевые слова: перевод; юмористический эффект; TED Talks; публицистический стиль; мелодика текста; скрипт.

Введение. Проблематика перевода текстов публицистического стиля рассматривалась такими учёными, как А. С. Скопинцева, И. И. Лизенко, Р. И. Золотарёва, Е. В. Проскурина. Есть статьи, в которых авторы исследовали передачу юмора в публицистике (В. В. Хорольский, Б. А. Максимов, Ж. В. Ганиев). Также есть исследования, в которых учёные анализировали юмор непосредственно в выступлениях TED Talks (Giuseppina Scotto di Carlo).

Известно, что перевод в целом – это искусство потерь [1, с. 245]. В публицистическом стиле, основной функцией которого является функция воздействия, немаловажную роль играет юмор. В нашей работе мы хотели проанализировать некоторые нюансы при передаче юмористического эффекта (далее по тексту ЮЭ), которые мы зафиксировали на исследуемом материале и разобрать их в том числе с точки зрения количественного фактора [2, с. 3].

Материалом исследования послужила лекция TED Talk ‘Do schools kill creativity?’ и ее перевод на русский язык [3] в объеме 19 минут выступления (3125 знаков текста оригинала и 2350 знаков перевода). Основными методами послужили метод сплошной выборки, сравнительно-сопоставительный [2, с. 3], контекстуальный и др. Маркером наличия ЮЭ был смех или наличие паузы, предполагающий этот эффект.

Основная часть. Для проведения исследования мы, в первую очередь, посмотрели и проанализировали все выступление с учетом смеха в аудитории, обратившись, в том числе, к зафиксированному тексту оригинала. После этого была проведена работа с текстом перевода, выделены

моменты, в которых ЮЭ сохранился, был потерян или был добавлен переводчиком, хотя отсутствовал в оригинале.

В целом, что иллюстрирует и диаграмма, приведенная ниже (рисунок), ЮЭ был сохранен в переводе, не в последнюю очередь благодаря использованию стратегии доместикации. При обработке данных количество ЮЭ рассчитывалось на единицу времени.



Соотношение мелодики текста оригинала и текста перевода

В примере, приведенном ниже, видно, что перевод был не дословный. Для сохранения ЮЭ был подобран аналог. Очевидно, что при переезде из Стратфорда в Лос-Анджелес чувствуется сильная разница. Однако выступающий использует выражение *seamless transition* – ‘плавный переход’ – для выражения сарказма. На русский язык это перевели как ‘сразу почувствовали себя как дома’, что позволяет сохранить несоответствие. Таким образом, переводчику удалось сохранить ЮЭ без потери смысла:

In fact, we moved from Stratford to Los Angeles. So, you can imagine what a seamless transition this was. – ‘Мы переехали из Стратфорда в Лос-Анджелес. И, разумеется, сразу почувствовали себя как дома’.

Но, к сожалению, не всегда удавалось адекватно сохранить ЮЭ в переводе. Иногда происходила потеря ЮЭ при сохранении смысла.

В примере ниже ЮЭ в тексте оригинала создается, в том числе, за счёт краткости, которая достигается использованием фразовых глаголов. Если в английском языке фраза звучит так: *you're not asked*, то при переводе на русский язык мы слышим: ‘работников образования не приглашают’. А чтобы передать значение фразового глагола *asked back*, в переводе потребовалось целое предложение и дополнительный контекст: ‘не приглашают, даже побывав у вас в гостях’. Несмотря на то, что в переводе тоже присутствует несоответствие, ЮЭ несколько снижается:

If you're at a dinner party, and you say you work in education – actually, you're not often at dinner parties, frankly. If you work in education, you're not

asked. And you're never asked back, curiously. – ‘Вот вы на вечеринке и общаете, что занимаетесь педагогикой. На самом деле, вы не часто бываете на вечеринках. Работников образования не приглашают. Любопытно, что не приглашают, даже побывав у вас в гостях’.

Мы встретили и случаи, когда ЮЭ в тексте перевода был несколько более выражен. Ниже приведён пример такого предложения. За счет того, что в переводе слова не заменены местоимениями, как в оригинале, больше чувствуется несуразность происходящего:

We were sitting there, and I think they just went out of sequence. – ‘Мы сидели в зале, и волхвы, кажется, перепутали дары’.

Заключение. В целом видно, что в большинстве случаев ЮЭ в переводе сохранился. В исследуемом выступлении было найдено 53 юмористических отрывка. Из них 47 были удачными, 15 – с потерей смысла при переводе и 5 отрывков, в которых ЮЭ был более удачным в тексте перевода.

Проанализировав те случаи, когда ЮЭ не сопровождался реакцией зрителей, можно сделать вывод, что это происходило: во-первых, когда до этого шла длинная череда удачных отрывков с ЮЭ, на которые аудитория реагировала смехом (это может свидетельствовать об избыточном количестве ЮЭ в определенных эпизодах выступления), и, во-вторых, при отсутствии паузы в речи выступающего, что не давало залу возможности отреагировать на юмористический отрывок.

Эти наблюдения могут быть полезны как с теоретической, так и с практической точки зрения тем, кто занимается переводом текстов публицистического стиля. Анализ перевода публицистического текста поможет впоследствии передавать ЮЭ с большей точностью.

Библиографические ссылки

1. Cavanagh C. The essay The Art of Losing: Polish Poetry and Translation first appeared in Partisan // Vol. 2, 2003. P. 245-254.
2. Абаева Е. С. Статистическая оценка передачи юмористического эффекта при переводе // Филология: научные исследования. 2019. № 4. С. 1-8.
3. Robinson K. Do schools kill creativity? [Electronic resource] // URL: https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity?subtitle=ru (date of access: 10.10.2023).