

Прагматическая адаптация аудиовизуального текста как результат межкультурного взаимодействия (на примере американского ситкома "Young Sheldon" и его перевода на русский язык)

Екатерина Викторовна БОНДАРЕВА

Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия, bondareva.ev@dvfu.ru

Диана Денисовна ПОЖИЛОВА

бакалавр лингвистики, Владивосток, Россия, pozhilova.dd@dvfu.ru

Аннотация. Настоящая статья посвящена стратегиям прагматической адаптации, используемым при переводе американского ситкома "Young Sheldon" на русский язык, и выявлению причин их применения при передаче элементов иностранной культуры в языке перевода. Ситуационные комедии часто опираются в своём сюжете и диалогах на культурный опыт аудитории, и перед переводчиками стоит задача адекватной подачи информации, основанной на этом опыте, и сохранения прагматического эффекта, в данном случае юмора. В работе рассмотрены три стратегии прагматической адаптации и их влияние на передачу национальной специфики.

Ключевые слова: прагматическая адаптация, аудиовизуальный перевод, перевод юмора, межкультурное взаимодействие, стратегии перевода, форенизация, доместикация, нейтрализация

Для цитирования: Бондарева Е.В., Пожилова Д.Д. Прагматическая адаптация аудиовизуального текста как результат межкультурного взаимодействия (на примере американского ситкома "Young Sheldon" и его перевода на русский язык) // Известия Восточного института. 2023. № 2. С. 148–157. <https://doi.org/10.24866/2542-1611/2023-2/148-157>

Original article
<https://doi.org/10.24866/2542-1611/2023-2/148-157>

Pragmatic adaptation of the audiovisual text as a result of intercultural interaction (based on the Russian translation of the American sitcom Young Sheldon)

Ekaterina V. BONDAREVA

Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia, bondareva.ev@dvfu.ru

Diana D. POZHILOVA

Bachelor of Linguistics, Vladivostok, Russia, pozhilova.dd@dvfu.ru

Abstract. This paper studies pragmatic adaptation strategies involved in translation of the American sitcom Young Sheldon from English into Russian, as well as identifies the reasons for choosing specific strategies in order to render cultural elements of the American culture in the Russian translation. Modern sitcoms rely heavily on cultural background of their target audience and use it as a foundation both for the overall plot and characters' profile, and dialogues development. Therefore, translation of culturally relevant information presents a challenge for those who work on adaptation of the original material to the new audience that might not have the same experience and background. This task becomes even more challenging when dealing with preserving both the cultural component and humor of the show. The analysis of three main strategies, used by Russian translators in rendering such information in Young Sheldon, is presented, and reasons for their implementation, as well as their advantages and drawbacks are justified.

Keywords: pragmatic adaptation, audiovisual translation, translation of humour, intercultural communication, strategies of translation, foreignization, domestication, neutralization

For citation: Bondareva E.V., Pozhilova D.D. Pragmatic adaptation of the audiovisual text as a result of intercultural interaction (based on the Russian translation of the American sitcom Young Sheldon) // Oriental Institute Journal. 2023. № 2. P. 148–157. <https://doi.org/10.24866/2542-1611/2023-2/148-157>

Аудиовизуальный текст и проблемы его передачи на иностранном языке попали в поле зрения исследователей относительно недавно, однако круг вопросов, связанных с аудиовизуальным переводом (АВП), уже достаточно обширен. В первую очередь это связано с особенностями данного вида текста, такими как интерсемиотичность, тональность, информативность кинодиалога, который может быть как полностью независим от визуального ряда и звукового сопровождения,

так и выступать в качестве дополнения к информации, передаваемой невербально [22, с. 231–232]. В данной статье проблема АВП рассматривается на материале ситуационной комедии "Young Sheldon", где связь между лингвистическими и экстралингвистическими компонентами играет особую роль.

Многие работы по специфике АВП уделяют внимание прежде всего техническим аспектам – темпу, методикам компрессии, синхронизации текста и визуального ряда [4; 6; 9; 16]. И если здесь рекомендации и мнения специалистов расходятся редко, то более противоречивым аспектом АВП является подход переводчика к передаче содержания. В этом отношении стоит прежде всего отметить как стратегии перевода, выбираемые специалистами при работе с такими текстами, культурные различия, которые необходимо учитывать при адаптации аудиовизуального произведения для зрителей, так и наличие или отсутствие формальных ограничений для переводчика, например, цензуру или адаптацию под конкретную возрастную аудиторию [3; 7; 11].

Иногда такие сложности и ограничения могут повлиять на содержательные изменения не только текста, но и видеоряда, и даже сюжета. Так, при адаптации мультипликационного фильма "Zootopia" животные-ведущие в сегменте с новостным выпуском менялись в зависимости от страны – лось в США и Канаде, коала в Австралии, панда в Китае, а брокколи как нелюбимый и вызывающий отвращение овощ в американской версии мультфильма "Inside Out" для японской публики был заменен на зелёный перец [21]. А при адаптации фильма "Fight Club" в Китае пошли ещё дальше и изменили концовку из политических соображений: в новой версии власти предотвратили взрыв, планируемый главным героем с расстройством личности для создания нового общества "с чистого листа", и отправили его в психиатрическую больницу для лечения, в то время как в оригинале герой сам смог победить недуг и остановить своё альтер эго [19]. В результате влияния как лингвистических, так и экстралингвистических факторов возникает необходимость так называемой прагматической адаптации перевода, в ходе которой требуется компенсировать культурно-историческую лауну в языке-реципиенте [14, с. 53] и создать максимально близкий и понятный контекст для аудитории перевода [1, с. 53; 13, с. 150–151; 17, с. 143].

Однако перевод юмористических аудиовизуальных текстов представляет дополнительную сложность для адаптации в силу своей национальной специфики. В комедийных жанрах необходимо сохранить не только исходную прагматику, но и учесть культурный компонент – то, что смешно в культуре оригинала, может вызвать непонимание и даже негодование у аудитории, которая будет смотреть переводную версию. Кроме того, передать юмористический эффект с помощью тех же лингвистических явлений, что и в оригинале, часто не представляется возможным в силу различия языковых систем и объема экстралингвистической информации, которая может за ними скрываться. Таким образом, многие исследователи сходятся во мнении, что перевод юмора национально специфичен и требует определённых преобразований, зависящих от конкретного способа создания комического, однако с сохранением прагматического эффекта и с учётом как языкового, так и внеязыкового контекста [2, с. 403–404; 5, с. 68; 8, с. 137; 12, с. 101; 17, с. 143; 18, с. 79–80]. Можно сделать вывод, что при прагматической адаптации нет универсальных моделей для перевода, но есть общая цель – сохранение коммуникативного эффекта.

Ситуационная комедия, или ситком, как отдельный вид юмористического аудиовизуального произведения традиционно был основан на создании комического эффекта за счёт обыгрывания стереотипных моделей поведения и ситуаций с обязательным присутствием преувеличения, игры слов и закадрового смеха, сопровождающего шутку. Современный ситком более вариативен в своём формате, и на смену стандартным шуткам приходит более субъективный юмор, повышается роль иронии и подтекста, в том числе культурного, который необходим для успешности восприятия идеи авторов [20; 23].

Необходимость прагматической адаптации именно в комедийном жанре подтверждается не только работами теоретиков перевода на данную тему. Данные интернет-опроса [15], в котором приняли участие 65 человек (39 переводчиков-профессионалов и 26 студентов-переводчиков), говорят о том, что адаптация в комедийном аудиовизуальном переводе требуется чаще всего (выбрало 32 и 23 человека из каждой группы, что составило 82,1% и 88,5%), по сравнению с другими предложенными для оценки жанрами – мультфильм, реалити-шоу, мюзикл, драма, мелодрама, приключения, фантастика, фэнтези, детектив, боевик, документальный фильм, мистика, ужасы. Важность сохранения культурного компонента была отмечена респондентами как основная причина прагматической адаптации (оценка важности 4,1 и 4,4 по пятибалльной шкале – профессионалы и студенты соответственно), наряду с другими – желание подчеркнуть национальные/речевые особенности персонажа (3,9 и 4,4 соответственно), желание усилить юмористический эффект (3, и 4,1), ограничения по времени (3,4 и 3,7) и цензура (3,3 и 3,7). Также, по мнению переводчиков-профессионалов и студентов-переводчиков, прагматическая адаптация в первую очередь вызвана присутствием реалий и культурных отсылок в тексте оригинала, а также национальными различиями в целом.

Для анализа основных способов прагматической адаптации в переводе ситкома был выбран первый сезон американского телесериала "Детство Шелдона" (*Young Sheldon*), состоящий из 22 серий длительностью примерно по 20 минут каждая. Его действие происходит в вымышленном городе Медфорд, штат Техас, в конце 1980 – начале 1990 годов. Большую роль в сюжете и образах главных героев играет тот факт, что они проживают именно в этом штате и очень этим гордятся, и это проявляется в диалогах, упоминании специфических реалий и юморе в целом. Также для понимания истории и героев важна их связь с элементами американской массовой культуры в целом – популярными в то время фильмами, музыкой, видеоиграми и т.д. Поскольку сериал является ответвлением другой ситуационной комедии, "Теория Большого взрыва", которая является одним из самых популярных телешоу США [24], возникает необходимость ещё и сохранить преемственность и характеристику исходных героев, в частности, в их речи и её стилистике. Анализу был подвергнут перевод студии озвучивания "Кураж-Бамбей", которая занималась и "Теорией Большого взрыва". Несмотря на востребованность перевода ситкомов данной студии, его часто критикуют за излишнюю вольность в адаптации, русификацию и изменение исходной стилистики. Однако Денис Колесников, основатель студии и человек, который осуществляет озвучивание, говорит об оправданности такого подхода потребностями рядового зрителя: "Бывает, есть возможность максимально точно адаптировать название и продукт, иногда, как в случае с "сырниками", это не более чем шутовское дурачество, которое было в первые месяцы моих озвучек. Кроме того, "Сырники от тети Глаши" хотя бы были понятны моей маме, не то что там "*Чизкейк Фэктори*". Не в обиду этому заведению" [10] (орфография и пунктуация автора цитаты сохранены). Поскольку подход к адаптации подвержен влиянию множества факторов (наличие лагуны, целевая аудитория, характеристики героя и т.д.), и в каждом конкретном случае следует выбирать более подходящее решение, было необходимо установить, какие стратегии доминируют в переводе выбранного для анализа материала и чем это может быть мотивировано. Разбору подвергались исключительно отрывки, требующие фоновых знаний о языке и культуре США для их корректного понимания. Единицей анализа было принято считать отрывок диалога (реплика героя или реплика и ответ на неё), в которых встречались реалии, фразеологизмы и основанные на них стилистические приёмы, а также аллюзии на элементы американской культуры.

В результате в рассмотренном материале было выделено три основные стратегии, касающиеся перевода национально-специфичного юмора в ситкоме: форенизация или сохранение компонентов иностранной культуры (33 примера – 38%), доместикация или замена иностранных культурных элементов на аналоги в куль-

туре переводного языка (10 примеров – 11%) и нейтрализация, т.е. устранение отсылки к какой-либо культуре и передача смысла вне культурного контекста (45 примеров – 51%).

Как видно из процентного соотношения, нейтрализация культурного компонента в переводе доминирует и реализуется через генерализацию, например, при замене названия марки товара на тип продукта, к которому он относится (Purell – санитайзер, Formica – ламинат, Lone Star Beer company – производитель пива) или реалий культуры, требующих объёмного объяснительного перевода (4-H camp – летний лагерь, deli – магазин). Невозможность перевода аналогом в первом случае вызвано как наличием в русском языке лакуны для номинации той или иной реалии американского быта, так и отсылкой к ней в диалоге без демонстрации данного объекта на экране, что при буквальном переводе вызовет непонимание реципиента, не обладающего необходимыми фоновыми знаниями. Объяснительный перевод также далеко не всегда можно использовать, т.к. в этом случае не получится уложиться в хронометраж фразы. В исследованном материале такие реалии часто имели кулинарную тематику:

Sounds like something you eat at **Benihana's**. – Похоже на название блюда в **японском ресторане**.

В данном случае реалия – название сети ресторанов – нейтрализована за счёт генерализации, при этом потери прагматического эффекта не происходит, т.к. конкретное заведение не важно, а важна его специализация (т.е. японская кухня), что в переводе успешно передано. На экране данная реалия не появляется, поскольку является частью стилистического сравнения, а не элементом видеоряда, соответственно, генерализация позволяет сохранить юмористический эффект и не идёт вразрез с тем, что видит зритель.

Хотя далеко не со всеми кулинарными реалиями нейтрализация оправдала себя:

– You kidding me? Right now, they would be nagging you about cleaning your room and doing your homework. Instead, you're sitting in a parking lot, eating a **Blizzard** for dinner.

– With **cookie dough** in it.

Здесь героиня иронизирует над тем, что её внукам не стоит жаловаться на судьбу, т.к. вместо домашних обязанностей они наслаждаются известным в Америке десертом из сети кафе Dairy Queen, состоящим из мягкого мороженого с добавками в виде кусочков шоколада и теста для печенья. Однако в переводе реалия трансформируется как качественно, так и количественно:

– Да ты что, шутишь? Сейчас бы они твердили про уборку в комнате, домашнюю работу. А вместо этого вы сидите на парковке, едите **мороженое** на ужин.

– С **печеньками**.

Из контекста и видеоряда, где толком не видно, что дети едят, зрителю может быть непонятно, при чем здесь печенье, является ли оно компонентом мороженого, или это дополнение к десерту. Поскольку аналогичной реалии – мороженого с кусочками теста для печенья – в русской культуре нет, возможно было перевести данный отрывок как "со вкусом печенья", чтобы избежать двусмысленности, особенно учитывая, что хронометраж фразы в этом случае не был бы нарушен.

В нижеследующем примере также можно говорить о нейтрализации оригинального культурного компонента в результате буквального перевода кулинарных реалий, однако в этом случае такая нейтрализация привела к искажению фактической информации:

– What are you eating? – **An English muffin with ketchup and spray cheese**.

– А у тебя что на ужин? – **Английские маффины** с кетчупом и **жидким сыром**.

В ответе героя на вопрос о том, что он ест, содержится упоминание о двух предметах, отсутствующих в российской культуре. "English muffin" – американское название круглой и немного приплюснутой дрожжевой булочки, часто используемой как основа для бутерброда с джемом, маслом или паштетом. Причём "English" добавляется, чтобы подчеркнуть отличие блюда от "muffin" – небольшого без-

дрожевого кекса, часто сладкого и имеющего более пышную форму. В русский язык слово "маффин" попало именно в этом значении, соответственно, его выбор в качестве переводного аналога может дезориентировать зрителя. "Spray cheese" – американский продукт, представляющий собой мягкий плавленный сыр, который выдавливают из баллона на печенье, тосты и прочие блюда. Вариант перевода "жидкий сыр", который скорее будет ассоциироваться с фондю, искажает консистенцию исходного продукта и не соответствует изображению на экране. Более того, такому рациону малолетнего героя, который по сюжету решил доказать свою самостоятельность и готовность к взрослой жизни, завидует его старший брат. Если опираться на перевод, то будет не ясно, как сладкий кекс, который окунули сначала в кетчуп, а потом в сырную массу, может быть вкусным и являться объектом зависти.

Еще одна реалия американской кухни "surf and turf" – довольно изысканный вид основного блюда, сочетающего в себе морепродукты и мясо – была потеряна в результате перевода:

Red Lobster, where **the surf meets the turf**. – "Красный Лобстер", **место столкновения стихий**.

Начало фразы также содержит реалию – название известной сети ресторанов, где подают указанное блюдо. Российскому зрителю, в культурном опыте которого нет такой информации, будет просто непонятна фраза про столкновение стихий, так как, несмотря на концептуальную верность перевода (сочетание этих продуктов метафорически можно назвать столкновением стихий) без экстралингвистической информации существенная часть смысла теряется.

Безусловно, одним из наиболее ярких компонентов лингвокультуры любой нации являются фразеологические единицы. Успешность их адаптации часто может зависеть от наличия словарного эквивалента в языке перевода (например, double-edged sword – палка о двух концах). В аудиовизуальном контексте сложность передачи таких единиц главным образом будет касаться учёта переводчиком длительности исходной и переводной фраз. Основными стратегиями передачи данного явления в сериале были доместикация (при наличии аналога в принимающем языке, как в примере выше) и нейтрализация – при отсутствии такого эквивалента. При использовании последней стратегии сохранения прагматического эффекта удавалось достичь за счет модуляции с наличием общей семы "зрение" в английском и русском выражениях (eyes – внешне), при этом длительность не меняется (7 слогов соответственно):

I was pretty easy on the eyes back then – ... **внешне я был огого**.

В ряде случаев идиоматичность была потеряна, особенно если идиомы имели разговорный характер. В этой ситуации используется нейтрализация через объяснительный перевод, не удлиняющий хронометраж фразы:

The doctors are doin' some tests, but, **dollars to donuts**, your daddy's just got a bad case of gas. – Доктора делают анализы. Но **готова поспорить**, что у вашего отца просто приступ газов.

Shotgun! ... I called shotgun. – Я на переднем. ... Но я же **забил место**.

Также стоит отметить примеры, в которых идиомы имели специфический тематический контекст употребления:

And then, they threw a **Hail Mary**, and the receiver stepped out of bounds, but the ref didn't see it. – Затем они сделали **решающий пасс**, принимающий вышел за линию, но судья этого не заметил.

Выделенная идиома используется в американском футболе для обозначения передачи мяча в отчаянной попытке заработать хоть какие-то очки в самом конце игры. Само выражение "Hail Mary" является отсылкой к одноименной молитве, в которой человек просит помощи у Святой Марии, когда уже ничего не может спасти его. В переводе эта фоновая информация исчезает, оставляя лишь название футбольного маневра, поскольку в случае буквального перевода значение не будет ясно – герой описывает ситуацию из прошлого, и на экране нет дополнительной визуальной подсказки, которая помогла бы успешно декодировать данную

реалию. Соответственно, такую нейтрализацию можно считать более чем оправданной, так как она передает смысл в ситуации отсутствия опоры на видеоряд.

Форенизации часто подвергались элементы, которые представляли названия произведений американской популярной культуры (сериалов, кино, комиксов). Они, как правило, калькировались или транскрибировались, например, имена героев комиксов – Циклопа, Джин Грей, Доктора Осьминога, Доктора Дум, Лекса Лютора, Зелёного Гоблина. В данном случае это может быть вполне оправданной техникой, поскольку многие из этих названий знакомы и русской публике, ведь комиксы давно стали успешны далеко за пределами Америки, а некоторые сериалы того времени транслировались в России в переводе в 1990-х ("Альф", "Утиные истории"). Однако, учитывая не только разницу культур, но и поколений, можно предположить, что не вся современная российская аудитория поймет о чём идёт речь, ведь в их культурном опыте могут отсутствовать данные реалии. Иногда в рамках форенизации переводчики использовали метонимический перевод, чтобы зрителю была лучше понятна культурная отсылка, например, заменяли имена героев на название сериала с их участием:

Fred and Wilma are still happily married. – **Флинстоуны** вон все равно счастливы.

Поскольку в этом примере упоминание мультсемейства служит как своеобразное сравнение с героями сериала и оценки их взаимоотношений, такой вариант адаптации помогает сохранить исходный функционал лучше, чем если бы перевод был буквальным. Однако ранее отмеченная вероятность того, что младшее поколение российских зрителей не знает, кто такие Флинстоуны, здесь также присутствует. Поэтому, возможно, выбор данной стратегии переводчиком оправдан не только опорой на оригинал, но и на собственный культурный опыт.

Еще один пример использования форенизации в переводе фразы с отсылкой к произведению американской поп-культуры можно считать менее успешным в плане его адаптации под аудиторию:

And if you'd done some of that, you wouldn't be saddled with **Bluto** in there. И если бы ты её придерживалась, тебе бы на шею не сел этот твой **Блутто**.

Использованная в реплике героя антономазия основана на знании зрителя о том, кто такой Блутто – антагонист главного героя популярной серии мультфильмов и комиксов о моряке Попае. В данном случае это имя используется бабушкой Шелдона для характеристики его отца – высокого и крупного мужчины. Зритель знает, что она его недолюбливает, и такой лингвистический приём привносит иронию в её высказывание, по сути, являясь выражением этой неприязни. Российскому зрителю такая отсылка вряд ли будет понятна, но общий насмешливый тон героини и контекст всего диалога позволяет сохранить иронию, хоть и с потерей культурного компонента из-за выбранной переводчиком стратегии.

Кроме того, при переводе реалий популярной культуры могла использоваться комбинация калькирования (название фильма) и транскрипции (клички героев), при которой прагматический эффект практически был утрачен:

- | | |
|--|---|
| – What are y'all watching? | – Что смотрите? |
| – Little Rascals . | – " Мелкого негодяя ". |
| – You know most of those kids are dead, right? | – Вы в курсе, что эти детишки уже мертвы? |
| – What? | – Что? |
| – Alfalfa, Stymie, Buckwheat . | – Альфальфа, Стайми, Баквит . |

В данном примере можно наблюдать сразу несколько моментов потери прагматического эффекта. Во-первых, этот фильм – довольно популярная в 1990-х семейная комедия, и в российском прокате он назывался "Маленькие негодяи", соответственно, зритель может не понять, о каком фильме идёт речь. Во-вторых, утрачен эффект "говорящих имён", который присутствовал в оригинальном переводе, где герои были названы Клевер, Шлёпа, Гречиха.

В случае перевода названий спортивных команд (Aggies, Texas A&M, Cowboys-Packers, Oilers) форенизация с применением транскрипции также доминировала, однако о потере смысла здесь говорить не приходится, так как в контексте всегда было понятно, о чём идёт речь, и фоновая информация для восприятия не требовалась:

When the **Aggies** give up the ball on their own five-yard line, the opposing team has a 92% chance of scoring. – Если **Эггис** отдадут мяч на свои пятиярдовые линии, противник занесёт его с вероятностью 92%.

Вопреки заявлениям о русификации перевода студией "Кураж-Бамбей", доместикация в рассмотренном материале составила минимальный процент от общего числа (всего 10 случаев из 88). Она представляется вполне оправданной, когда в тексте есть элементы, требующие наличия определённого культурного опыта для их правильного восприятия. Так, в отрывке ниже говорящий упоминает пудинг, которую многие дети не любят:

When I was Sheldon's age, I was afraid of that **weird skin – on top of puddin'**.

В данном случае переводчики прибегли к доместикации через дифференциацию, подобрав эквивалент, который вызовет у зрителя аналогичные неприятные воспоминания из детства:

Когда я был в возрасте Шелдона, я ненавидел **молочную пенку**.

Как и форенизация, доместикация использовалась при переводе некоторых отсылок к популярной культуре Америки, хотя и гораздо реже. В данном примере такая стратегия используется для компенсации возможного отсутствия у зрителя экстралингвистической информации, необходимой для понятия иронии героя:

Mind if I take a crack at catching the **Road Runner**? – Можно я попробую поймать нашего **скорохода**?

В исходном тексте бабушка Шелдона так в шутку называет его самого в эпизоде, где он убегает от мамы, а она никак не может его поймать. Здесь можно увидеть сравнение с героями известного мультфильма про Койота и птицу Бегуна. Поскольку российский зритель может не уловить эту связь, переводчики заменили "Road Runner" на слово "скороход", которое в старину обозначало гонца, а теперь – любого быстро передвигающегося человека, часто в ироничном ключе.

О доместикации также можно говорить в случае перевода фразеологических единиц путём подбора идиоматичного эквивалента в русском языке, например, "peas in a pod" – "два сапога пара". Эта стратегия применялась и в случае внесения авторами изменений в устойчивую единицу для достижения комического эффекта и передачи особенностей речи говорящего, в данном случае бабушки Шелдона:

Just when you think **he's gonna zig, you get a big old zag**. – **He понос так золотуха**, да?

В этом примере можно отметить изменение структуры исходного фразеологизма – zig when (one) should zag, что означает непредсказуемое поведение, нетипичное для большинства или странное для сложившейся ситуации. Такая модификация позволяет придать фразе более неформальный характер, поскольку бабушка Шелдона остра на язык и может выражаться довольно грубо, а также усилить оценку героя (Шелдона) и привнести ироничность. В русском переводе был подобран аналог, который соответствует по стилистике, что сохраняет исходную прагматическую функцию.

Ситуация усложняется, когда фразеологическая единица подвергается изменению в тексте и развёртывается в авторскую метафору:

My father took pride in saying that he **ran our house like a tight ship**. **The ship got a lot looser** when my meemaw came over to babysit. – Отец с гордостью говорил, что всегда **держал нас в ежовых рукавицах**. **Но рукавицы становились намного мягче**, когда с нами сидела бабуленька.

В данном случае фразеологизм, основанный на образе корабля, был адаптирован при помощи реметафоризации и использования аналогичного по смыслу, но уже исконно русского выражения с другим образом. Кроме того, переводчикам

удалось развить этот новый образ так, что прагматика оригинала была передана в полной мере.

Подводя итог, стоит в первую очередь сказать, что важность адаптации лингвокультурных элементов в аудиовизуальном материале отмечается как теоретиками, так и практиками. При работе с лингвокультурными единицами необходимо, во-первых, понимать их значение в рамках того контекста, где они используются, и, во-вторых, оценить их прагматическую функцию в аудиовизуальном материале, их взаимоотношения с происходящим на экране, сюжетом в целом, а также то, какая фоновая информация должна присутствовать в лингвокультурном опыте зрителя, чтобы он смог адекватно воспринять перевод. Особенно важно это в тех случаях, когда подобные единицы никак не отражены в видеоряде, то есть зритель должен уметь интерпретировать их значение, опираясь только на свои знания о данной культуре. И, наконец, в любом аудиовизуальном переводе требуется учитывать хронометраж фразы оригинала и не превышать его при создании эквивалента, что добавляет сложности в работу, ведь многие реалии полноценно можно передать только через объяснительный перевод, который зачастую удлинняет высказывание. Исходя из всех этих факторов, переводчик и должен принимать решение о выборе той или иной стратегии при адаптации материала для аудитории с иным культурным опытом.

Было отмечено, что форенизация посредством калькирования или транскрипции оправдана в переводе таких культурно-связанных элементов как имена собственные, номинирующие феномены массовой медиаккультуры (такие как фильмы и сериалы), спортивные команды и некоторые бытовые наименования, хотя иногда это вызывает потерю игры слов и юмористического эффекта. Нейтрализация была необходима при передаче реалий бытового характера, которые не имеют аналогов в культуре языка перевода, а также ряда идиом, причём в большинстве случаев прагматический эффект удавалось сохранить. Доместикация успешно позволяла компенсировать разницу в культурном опыте за счёт замены образного компонента или реалии одной нации на реалию другой, однако возможности её использования ограничены, что подтверждается незначительным количеством случаев использования этой стратегии. Доминирование нейтрализации в переводе культурно-обусловленных единиц говорит о том, что в практической деятельности переводчика во главу угла всё же ставится не сохранение национальной специфики аудиовизуального текста, а адаптация его под любую аудиторию, независимо от её фоновых знаний о культуре переводимого сериала. Кроме того, многие реалии могут требовать объяснительного перевода, который не всегда подходит для аудиовизуального текста, ограниченного такими формальными факторами, как хронометраж фразы и необходимость совпадения артикуляции при дубляже..

Литература

1. Бубнова И. А. Прагматическая адаптация при переводе как способ преодоления лингвокультурного барьера / И.А. Бубнова, А.А. Сардарова // Вестник ЮУрГУ. Серия "Лингвистика". 2014. том 11, №4. С. 53–57.
2. Гарбовский Н. К. Теория перевода. М.: Изд-во МГУ, 2004. 544 с.
3. Зеленцова М. Г. Аудиовизуальный перевод: основные подходы и его специфика / М. Г. Зеленцова, А. В. Кашанская // Переводческий дискурс: междисциплинарный подход: Материалы V международной научно-практической конференции, Симферополь, 29–30 апреля 2021 г. Симферополь: ООО "Издательство Типография "Ариал", 2021. С. 94–100.
4. Зеленцова М. Г. Аудиовизуальный перевод: фансаб или субтитры? / М. Г. Зеленцова, М. С. Васильев // Переводческий дискурс: междисциплинарный подход: Материалы VI международной научно-практической конференции, Симферополь, 28–29 апреля 2022 г. Симферополь: ООО "Издательство Типография "Ариал", 2022. С. 112–117.
5. Исмаилова Т. А. Особенности перевода юмора на примере мультипликационного фильма "Зверополис" // Вестник ВолГУ. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2018. №16. С.67–69.
6. Карпенко В. Л. Аудиовизуальный перевод как особый вид перевода / В. Л. Карпенко, С. О. Стоянова // Литература и журналистика стран Азиатско-Тихоокеанского региона в межкультурной коммуникации XX–XXI вв.: Материалы V Международной научно-практической конференции, Хабаровск, 18–19 ноября

2020 г. Хабаровск: Тихоокеанский государственный университет, 2021. – С. 211–214.

7. Козуляев А. В. Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности // XVII Царскосельские чтения: материалы междунар. науч. конф.: в 4 т. Т. I. СПб., 2013. С. 374–381.

8. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. Учебное пособие. М.: ЭТС, 2002. 424 с.

9. Кузьмичев С. А. Перевод кинофильмов как отдельный вид перевода // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2012. № 642. С. 140–149.

10. Кураж-Бамбей, сайт. URL: <https://kuraj-bambey.ru/articles/view/id/32> (дата обращения: 10.07.2022).

11. Маленова Е. Д. Аудиовизуальный перевод в СССР и России: краткая историческая ретроспектива // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. 2021. № 55. С. 61–83.

12. Молчанова Л. В. Юмор и перевод: к проблеме адаптации юмористического текста к иноязычной культуре // Вестник Череповецкого государственного университета. 2014. №4 (57). С. 101–104.

13. Новицкая О. В. Прагматическая адаптация в художественном переводе: цели, задачи, методы // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. 2018. Вып. 1 (789). С. 146–161.

14. Новичков А. А. Культурно-историческая адаптация: профессиональный и любительский переводы // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2010. № 1. С. 52–55.

15. Прагматическая адаптация аудиовизуального текста: Интернет-опрос. URL: <https://docs.google.com/forms/d/1qos4lw6HQ5KVAjO0cnfU4oJp9eXOoTc6hujpBP384yM/edit?usp=sharing> (дата обращения: 28.06.2022).

16. Уразова Л. А. Аудиовизуальный перевод: сравнение субтитрования и дубляжа / Л. А. Уразова, А. Ю. Ивлева // Фундаментальные и прикладные исследования в науке и образовании: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Магнитогорск, 14 января 2022 г. Стерлитамак: ООО "Агентство международных исследований". 2022. С. 193–199.

17. Федорова И. К. Перевод кинотекста в свете концепции культурного переноса: проблема переводческой адаптации // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2009. №43 (181), Вып. 39. С. 142–149.

18. Хухрянская В. Е. Английский юмор в аудиовизуальном произведении и средства его передачи при переводе на русский язык (на материале ситкома "Чёрная гадюка") / В. Е. Хухрянская, Е. Д. Маленова // Дайджест–2020: сборник статей (по материалам выпускных квалификационных работ студентов факультета иностранных языков). Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2021. С. 77–85.

19. BBC, сайт. China changes Fight Club film ending so the authorities win URL: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-60138866> (дата обращения: 10.07.2022).

20. Bonaut-Iriarte J. Los nuevos horizontes de la comedia televisiva en el siglo XXI / J. Bonaut-Iriarte, M. M. Grandío-Pérez // Revista Latina de Comunicación Social/ 2009. №64. P. 753–765.

21. Business Insider, сайт. Disney changed a minor character in 'Zootopia' for foreign audiences. URL: <https://www.businessinsider.com/zootopia-for-foreign-audiences-2016-4> (дата обращения: 10.07.2022).

22. Gorshkova V. E. Film Translation: to Be or Not to Be // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. 2014. Vol. 7. No 2. P. 230–237.

23. Larrea-Espinar Á. Sitcom as a tool for cultural learning in the EFL Classroom / Á. Larrea-Espinar, A. Raigón-Rodríguez // Pixel-BIT Revista de Medios y Educación. 2019. № 56. P. 33–50.

24. Statista, сайт. Average number of the Big Bang Theory viewers in the United States as of May 2019, by season. URL: <https://www.statista.com/statistics/607266/big-bang-theory-viewers-season/> (дата обращения: 10.07.2022).

References

1. Bubnova I.A. Pragmatic adaptation in translation as a way of overcoming a linguocultural barrier / I.A. Bubnova, A.A. Sardarova // SUSU Bulletin. Series «Linguistics». 2014. Vol. 11, № 4. P. 53–57. (In Russ.).

2. Garbovskiy N. K. Theory of translation. M.: MSU Publishing House, 2004. 544 p. (In Russ.).

3. Zelentsova M. G. Audiovisual translation: main approaches and peculiarities / M. G. Zelentsova, A. V. Kashanskaya // Translation discourse: interdisciplinary approach: Materials of the V International Scientific and Practical Conference, Simferopol, 29–30 April 2021. Simferopol: "Publishing House "Arial" Ltd., 2021. P. 94–100. (In Russ.).

4. Zelentsova M. G. Audiovisual translation: fansub or subtitles? / M. G. Zelentsova, M. S. Vasilyev // Translation discourse: interdisciplinary approach: Materials of the VI International Scientific and Practical Conference, Simferopol, 28–29 April 2021. Simferopol: "Publishing House "Arial" Ltd., 2022. P. 112–117. (In Russ.).

5. Ismailova T. A. Humour translation peculiarities in the Zootopia cartoon, // VolSU Bulletin. Series 9: Young researchers' studies. 2018. №16. P. 67–69. (In Russ.).

6. Karpenko V. L. Audiovisual translation as a special translation method / V. L. Karpenko, S. O. Stoyanova

// Literature and journalism of Asian-Pacific Rim countries in intercultural communication of the XX–XXI centuries: Materials of the V International Scientific and Practical Conference, Khabarovsk, 18–19 November 2020. Khabarovsk: Pacific State University, 2021. P. 211–214. (In Russ.).

7. Kozulyaev A. V. Audiovisual polysemantic translation as a special form of translation job // XVII Tzarskoselskie readings: Materials of the International Scientific Conference: Issue. 4. V. T. I. SPb., 2013. P. 374–381. (In Russ.).

8. Komissarov V. N. Modern translation science. Textbook, M.: ETS, 2002. 424 p. (In Russ.).

9. Kuzmichev S. A. Movie translations as a specific type of translation // Moscow State Linguistic University Bulletin. 2012. № 642. P. 140–149. (In Russ.).

10. Kuraj-Bambey, website. URL: <https://kuraj-bambey.ru/articles/view/id/32> (accessed: 10.07.2022). (In Russ.).

11. Malenova E. D. Audiovisual translation in the USSR and Russia: brief retrospect // Bulletin of the Linguistics University of Nizhny Novgorod. 2021. № 55. P. 61–83. (In Russ.).

12. Molchanova L.V. Humour and Translation: on adaptation of humouristic text to a foreign culture // Cherepovets State University Bulletin. 2014. №4 (57). P. 101–104. (In Russ.).

13. Novitskaya O. V. Pragmatic adaptation in literary translation: objectives, goals, methods // MSLU Bulletin. Humanities. 2018. Issue. 1 (789). P. 146–161. (In Russ.).

14. Novichkov A. A. Cultural and historical adaptation: professional and amateur translation // Northern (Arctic) Federal University. Series: Humanities and social sciences. 2010. № 1. P. 52–55. (In Russ.).

15. Pragmatic adaptation of audiovisual text: Internet poll. URL: <https://docs.google.com/forms/d/1qos4lw6Hq5KVajO0cnfU4oJp9eXOoTc6hujpBP384yM/edit?usp=sharing> (accessed: 28.06.2022). (In Russ.).

16. Urazova L. A. Audiovisual translation: comparison of subtitling and dubbing / L. A. Urazova, A. Yu. Ivleva // Fundamental and applied research in science and education: articles collection from the International Scientific and Practical Conference, Magnitogorsk, 14 January 2022. Sterlitamak: "International Studies Agency" Ltd. 2022. P. 193–199. (In Russ.).

17. Fyodorova I. K. Cinema text translation in the light of cultural transference paradigm: the issue of translation adaptation // Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology. Art Studies. 2009. №43 (181), Issue. 39. P. 142–149. (In Russ.).

18. Khukhryanskaya V. E. English humour in audiovisual translation studies and means of its rendering into Russian (based on Blackadder sitcom) / V. E. Khukhryanskaya, E. D. Malenova // Digest–2020: Article collection (based on the materials of graduation papers of the foreign languages department) Omsk: Omsk State University named after F. M. Dostoyevskiy, 2021. P. 77–85. (In Russ.).

19. BBC, website China changes Fight Club film ending so the authorities win URL: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-60138866> (accessed: 10.07.2022).

20. Bonaut-Iriarte J. Los nuevos horizontes de la comedia televisiva en el siglo XXI / J. Bonaut-Iriarte, M. M. Grandío-Pérez // Revista Latina de Comunicación Social. 2009. № 64. P. 753–765.

21. Business Insider, website. Disney changed a minor character in 'Zootopia' for foreign audiences. URL: <https://www.businessinsider.com/zootopia-for-foreign-audiences-2016-4> (accessed: 10.07.2022).

22. Gorshkova V. E. Film Translation: to Be or Not to Be // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. 2014. Vol. 7. No 2. P. 230–237.

23. Larrea-Espinar, Á. Sitcom as a tool for cultural learning in the EFL Classroom / Á. Larrea-Espinar, A. Raigón-Rodríguez // Pixel-BIT Revista de Medios y Educación. 2019. №56. P. 33–50.

24. Statista, website. Average number of the Big Bang Theory viewers in the United States as of May 2019, by season. URL: <https://www.statista.com/statistics/607266/big-bang-theory-viewers-season/> (accessed: 10.07.2022).



Екатерина Викторовна БОНДАРЕВА, канд. филол. наук, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Дальневосточного федерального университета, г. Владивосток, Россия, e-mail: bondareva.ev@dvfu.ru

Диана Денисовна ПОЖИЛОВА, бакалавр лингвистики, г. Владивосток, Россия, e-mail: pozhilova.dd@dvfu.ru

Ekaterina V. BONDAREVA, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Linguistics and Intercultural Communication, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia, e-mail: bondareva.ev@dvfu.ru

Diana D. POZHILOVA, Bachelor of Linguistics, Vladivostok, Russia, e-mail: pozhilova.dd@dvfu.ru

Поступила в редакцию

(Received) 26.07.2022

Одобрена после рецензирования

(Approved) 09.05.2023

Принята к публикации

(Accepted) 05.06.2023