

ОВЧИННИКОВА О. А.

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЙ ПЕРЕВОДА ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ

Аннотация. Данная статья посвящена лингвистической проблеме, связанной с особенностями реализации стратегий перевода при передаче лингвокультурных составляющих пространства художественного фильма.

Ключевые слова: стратегия перевода, прагматический потенциал, художественный фильм, коммуникативно-функциональный подход.

OVCHINNIKOVA O. A.

REALIZATION OF FEATURE FILM TRANSLATION STRATEGIES

Abstract. The article deals with some linguistic issues of translation strategies realization while reproducing linguistic and cultural components of a feature film space.

Keywords: translation strategy, pragmatic potential, feature film, communicative-functional approach.

В последнее время теоретики и практики перевода все чаще обращают внимание на необходимость сохранения прагматического потенциала оригинала. Однако ни искусственное вычленение единицы перевода на разных уровнях языка, ни частотные прагматические и прагматически обусловленные трансформации не в состоянии в полной мере решить проблему сохранения прагматики исходного текста. Вот почему обращение к стратегии перевода является не только оправданным, но и актуальным.

Западные и отечественные школы переводоведения предлагают разнообразные толкования такого феномена как стратегия перевода. Изучение и классификация материала позволяет нам прийти к следующим выводам. Во-первых, всякая стратегия должна рассматриваться как некая модель, и, следовательно, она состоит из конкретных компонентов. Во-вторых, будучи ограниченной своими же собственными рамками, стратегия не может включать в себя бесконечное количество составляющих. В-третьих, если признать предыдущие выводы верными, значит, компоненты, формирующие стратегию, в какой-то степени универсальны и поэтому совпадают у разных ученых-переводоведов. Такими общими компонентами являются ориентирование в ситуации, определение цели деятельности, прогнозирование и планирование.

Стремление переводчика максимально сохранить стилистические, семантические и прагматические характеристики текста оригинала и при этом заставить поверить реципиента в то, что перед ним текст на его родном языке – это и есть основа всех переводческих стратегий. Оставив в стороне споры о возможности или невозможности осуществления

данного стремления, отметим, что для достижения поставленной цели необходимо учитывать такие факторы как особенности аудитории, лингвистические и экстралингвистические знания о предмете перевода, фонетические особенности автора текста и адресата-переводчика. Подробный анализ последних, вероятно, приблизит переводчика-практика к разрешению проблемы стратегии перевода.

Обязательным условием успешного осуществления акта коммуникации является ориентирование в ситуации общения. А. А. Леонтьев выделяет три основных его составляющих. Во-первых, это ориентирование в пространстве общения в широком смысле, то есть в любых обстоятельствах, поддающихся чувственному восприятию субъекта. Вторым аспектом является ориентирование во временных условиях общения; имеется в виду прежде всего наличие либо отсутствие дефицита времени. Третий компонент – это ориентирование в конкретной социальной ситуации, включающей взаимоотношения между коммуникантами [3]. Как субъект переводческой деятельности и участник речевого общения, переводчик должен принимать во внимание личность инициатора перевода и его роль в данной коммуникативной ситуации, цель перевода, характер взаимоотношений между участниками общения, а также их расположение относительно друг друга и средства связи между ними.

Уже на этом этапе происходит формулирование переводчиком собственно целей перевода, которое воспринимается как руководство к дальнейшим действиям и определяет последующий процесс перевода.

На основе ориентирования в ситуации общения и в результате постановки целей перевода происходит прогнозирование дальнейшего развития ситуации общения и ее возможных изменений. Кроме того, для успешного осуществления перевода необходимо осознавать, какая реакция может последовать со стороны участников акта коммуникации на оказываемое на них речевое воздействие.

Заключительным этапом в процессе выработки переводческой стратегии является планирование переводческой деятельности, осуществляемое на основе предыдущих компонентов. Сюда можно отнести как выбор вида перевода и используемых переводческих трансформаций, так и решение переводчика придерживаться того или иного стиля поведения в целом.

Таким образом, переводческую стратегию можно определить как программу осуществления деятельности переводчика, вырабатывающуюся как результат его анализа сложившейся ситуации речевого общения и формирования целей перевода и определяющую линию поведения переводчика на протяжении данного коммуникативного акта [5].

Наша цель – показать, как реализуются стратегии перевода при передаче языковых и внеязыковых особенностей текста художественного фильма. В связи с этим представляется необходимым пояснить, как трактуется художественный фильм в гуманитарном поле знания.

В наиболее употребительном значении художественный фильм – это то же самое, что и фильм игровой, то есть создаваемый на основе сценарного сюжета (как правило, вымышленного), трактуемого режиссёром и воплощаемого средствами актёрской игры, операторского искусства и других составляющих. В более широком смысле художественный фильм трактуется как произведение киноискусства вообще, то есть фильм, обладающий художественной ценностью и выступающий в художественной функции: он может быть создан не только в формах игрового кино, но также документального, мультипликационного и научно популярного.

В связи с тем, что в переводе фильмов наблюдается тенденция к прагматической адаптации, диктуемая, например, цензурой, в последнее время всю большую популярность приобретают так называемые «любительские переводы», которые обеспечивают реципиента наиболее полной информацией и дают объективную картину текста оригинала. В отличие от профессионального, такие переводы как правило осуществляются без разрешения правообладателя одним человеком или группой единомышленников, которые занимаются как собственно переводом текста, так и его последующим озвучиванием. Среди таких авторов можно отметить Алексея Михалёва, Леонида Володарского, Петра Иващенко, Дмитрия Пучкова, независимые творческие релиз-группы «Кураж Бамбей», «Лостфильм» и многих других. Появившись в советское время как единственный способ знакомства русского зрителя с подпольной видеопродукцией, любительский перевод стал позже отдельным направлением переводческой деятельности и даже приобрёл своих почитателей.

Качество перевода при таком озвучивании может быть достаточно высоким, поскольку оно зачастую происходит в профессиональной студии при участии квалифицированных переводчиков и авторов. Однако, несмотря на то, что многие из таких переводов весьма популярны и образуют вокруг себя большие сообщества поклонников, по телевидению они не транслируются.

В пользу любительского перевода высказывается Андрей Кравец, основатель релиз-группы «Лостфильм»: «У нас работают переводчики, которые любят кино и хотят, чтобы фильмы дошли до зрителя с максимальным качеством, тогда как на телевидении часто заняты специалисты, для которых перевод фильмов — подработка, а не основное направление деятельности. Они переводят книги и там выкладывают полностью, а сериалы и фильмы – это так, халтурка» [4].

При оценке качества перевода прежде всего следует учитывать то, насколько успешно переводчику удалось оправдать ожидания реципиентов в коммуникативной ситуации, иными словами, было ли произведено на получателей именно то воздействие, которое хотел оказать на них автор оригинала. В свете всего вышесказанного любительские переводы представляются достойной альтернативой профессиональным, поскольку отвечают требованиям, предъявляемым к переводу с точки зрения коммуникативно-функционального подхода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кино: Энциклопедический словарь / Гл. ред. С. И. Юткевич. – М.: Сов. энциклопедия, 1987. – 640 с.
2. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). – М.: Высшая школа, 1990. – 127 с.
3. Леонтьев А. В. Психология общения. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Смысл, 1997. – 168 с.
4. Миронова Д. Серийные убийцы. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://versia.ru/articles/2010/jun/30/populyarnye_serialnye_v_internete
5. Сдобников В. В. Стратегия перевода: общее определение // Вестник ИГЛУ. – 2011. – № 1. – С. 165-172.