Частное образовательное учреждение высшего образования
Южный институт менеджмента
(ЧОУ ВО ЮИМ)

Кафедра «Лингвистики и перевода»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему: **«АНАЛИЗ СПОСОБОВ ПЕРЕДАЧИ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В КИНОПЕРЕВОДЕ (НА ПРИМЕРЕ АМЕРИКАНСКОГО СИТКОМА «ДРУЗЬЯ»)».**

Студент	_____	А.А. Ищенко	«___» _____ 2016 г.
Научный руководитель, канд. филол. наук	_____	А.Т. Анисимова	«___» _____ 2016 г.
Нормоконтролер, канд. экон. наук, доцент	_____	В.Ю. Сапрыкина	«___» _____ 2016 г.

ДОПУСКАЕТСЯ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, канд. филол. наук	_____	А.Т.Анисимова	«___» _____ 2016 г.

Краснодар – 2016

Частное образовательное учреждение высшего образования
Южный институт менеджмента
(ЧОУ ВО ЮИМ)

Кафедра «Лингвистики и перевода»

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой,
канд. филол. наук
_____А.Т. Анисимова
«_____»_____2015г.

ЗАДАНИЕ НА ВЫПОЛНЕНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

по направлению подготовки 45.03.02 «Лингвистика»

профиль «Перевод и переводоведение»

студенту Ищенко Анастасии Андреевне

Тема выпускной квалификационной работы: «**Анализ способов передачи комического эффекта в кинопереводе (на примере американского ситкома «Друзья»)»**

Утверждена приказом ректора института № _____ от _____

Срок сдачи законченной работы на кафедру_____

Студент _____ А.А.Ищенко_____

Руководитель выпускной
квалификационной работы,
канд. филол. наук _____А.Т. Анисимова_____

СОДЕРЖАНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Введение
1 Киноперевод как объект лингвистического исследования
2 Проблемы перевода юмористических текстов на русский язык с сохранением комического эффекта
3 Анализ способов передачи комического эффекта в киноперево де телесериала «Друзья»
Заключение

СПИСОК ОСНОВНОЙ РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1 Бандурина, Н.С. Особенности интерпретации феномена комического в историко-литературном и философском контексте // Вестник Ивановского государственного энергетического университета. – 2012. – №3. – 201 с.
2 Горшкова, В.Е. Перевод в кино в XXI веке: статус, проблемы, перспективы / В.Е. Горшкова // Вестник. – 2013. – № 5. – 67 с.
3 Донченко, А.Ю. Проблема переводов каламбуров в художественных фильмах / А.Ю. Донченко, Н.А. Каширина // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 4. – 181 с.
4 Жуланова, Е.В. Возможности передачи и восприятия культурной специфики комического дискурса в условиях киноперевода / Е.В.Жуланова, И.К. Федоров // Вестник. – 2014. – № 3. – 143 с.

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа 56 с., 46 источников.

ЮМОР, ПЕРЕВОДИМОСТЬ, КИНОПЕРЕВОД, КАЛАМБУР, НАЦИОНАЛЬНЫЕ РЕАЛИИ, ЭФФЕКТ НЕОЖИДАННОСТИ, КАЛЬКИРОВАНИЕ, КОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ

Объектом исследования является перевод комедийного сериала «Друзья» с английского языка на русский, национальные реалии.

Цель работы – выявить, изучить и описать лингвокультурную специфику передачи юмора при переводе с английского языка на русский язык комедийного сериала «Друзья».

В выпускной квалификационной работе теоретически изучены все аспекты трудности передачи комического эффекта с которыми наиболее часто сталкиваются как профессиональные переводчики, так и студенты–переводчики.

ABSTRACT

The graduate paper covers 56 pages, bibliography containing 46 sources.

HUMOR, PORTABILITY, FILM TRANSLATION, PUN, NATIONAL REALITIES ,THE EFFECT OF SURPRISE, CALQUES ,COMIC EFFECT

The object of research is the translation of the Comedy sitcom "Friends" from English into Russian, national realities.

The goal of the work is to identify, study and describe the linguistic and cultural specificity of humor communication when translating Comedy series «Friends» from English into Russian language.

All aspects of the difficulty of delivering a comic effect are theoretically studied in the degree work. These are the aspects which professional translators and student translators experience most often with.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ..... 6
1 КИНОПЕРЕВОД КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ..... 9
1.1 Понятие «кинoперевод» и его лингвистические особенности..... 10
1.2 Основные отличия кинoперевода от перевода литературного и художественного..... 14
2 ЮМОР В КИНО И ОСОБЕННОСТИ ЕГО ПЕРЕВОДА..... 17
2.1 Современные лингвистические теории юмора..... 18
2.2 Лингвистические средства создания комического эффекта..... 23
2.3 Проблемы перевода юмористических текстов на русский язык с сохранением комического эффекта..... 28
3 АНАЛИЗ СПОСОБОВ ПЕРЕДАЧИ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В КИНОПЕРЕВОДЕ ТЕЛЕСЕРИАЛА «ДРУЗЬЯ»..... 33
3.1 Языковая игра в ситкоме «Друзья». Проблема достижения адекватного перевода..... 34
3.2 Другие способы создания комического эффекта и анализ их перевода..... 42
ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... 48
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ..... 53

ВВЕДЕНИЕ

В силу своей специфичности английский юмор всегда привлекал внимание отечественных и зарубежных лингвистов. Со временем менталитет, восприятие и понимание юмора, а так же средства и формы его передачи, меняются. Язык и стиль передачи юмора становятся уникальными и неповторимыми благодаря определенным способам и приемам выражения юмористического и комического эффекта. Дипломная работа посвящена изучению и описанию способов передачи юмора при переводе с английского языка на русский язык на основе телесериала «Друзья». Выбор произведения обусловлен жанром коротких комических эпизодов, а также национальной спецификой репрезентации английского юмора в указанном популярном киноизведении.

Актуальность настоящего исследования обусловлена следующими факторами:

– на данный момент понимание и изучение сути комического в качестве лингвистического явления представляет особую важность с точки зрения лингвокультурологии и межкультурной коммуникации;

– средства вербализации юмора и лингвокультурные особенности изучены недостаточно хорошо в современной лингвистике несмотря на неослабевающий интерес к изучению комического в разных дискурсах;

– передача юмора в комическом сериале «Друзья» представляет собой интересный материал для проведения анализа языка оригинала и его адаптации на русском языке;

– необходимость разработки методик интерпретации языковых средств комического, способствующих выполнению прагматической функции передачи и сохранения смысла оригинального текста без утраты комического эффекта и лингвокультурологических особенностей в переводном тексте, была обусловлена межкультурной коммуникацией.

Объектом исследования является перевод комедийного сериала «Друзья»

с английского языка на русский язык.

Предметом исследования являются языковые средства передачи юмора и языковые механизмы их репрезентации при переводе с английского языка на русский язык комедийного сериала «Друзья».

Материалом исследования послужил комедийный сериал «Друзья» на английском и русском языках.

Целью дипломного исследования является выявление, изучение и описание лингвокультурной специфики передачи юмора при переводе с английского языка на русский язык комедийного сериала «Друзья».

Для достижения поставленной цели в исследовании решаются следующие задачи:

1 Изучить комическое как эстетическую/языковую категорию и установить лингвостилистическую и лингвопрагматическую природу языковых средств комического.

2 Выявить национально–культурный компонент комического в комедийном сериале.

3 Разработать классификацию языковых средств комического в комедийного сериала «Друзья».

4 Определить и описать приемы перевода языковых средств юмора.

Методы исследования определены поставленными задачами. В работе использовались следующие методы лингвистического анализа: метод сопоставительного анализа – сравнение оригинального кинотекста с его переводами на русский.

Теоретико–методологической основой работы послужили идеи и исследования в области языкознания, лингвокультурологии, лингвостилистики, лингвопрагматики, межкультурной коммуникации таких известных ученых, как Л.С. Бархударов, А.А. Бергер, Ю.Б. Борев, Е.М. Верещагин, В.С. Виноградов, И.Р. Гальперин, Б. Дземидок, В.Г. Костомаров, В.Я. Пропп.

Структура работы: данная работа состоит из введения, теоретической части, где рассматриваются определения понятия юмора и кинoперевода, а также описываются особенности перевода аудиовизуальных текстов,

практической части, которая посвящена описанию сериала и анализу способов передачи комического эффекта при переводе сериале «Друзья», заключения и библиографического списка.

1 КИНОПЕРЕВОД КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Киноперевод как объект лингвистического исследования является сложной системой представления знаний, содержащих помимо текста еще и экстралингвистические факторы, которые необходимо учитывать при переводе для достижения максимальной точности текста.

Категория комического является важной категорией литературоведения, лингвистики, психологии, социологии и других дисциплин. Юмор является культурно обусловленным. Комическая картина мира каждого народа является специфическим образованием, поэтому то, что является комическим для одной культуры, для другой таковым не является. Общей особенностью комического является ориентация на смеховую реакцию, которая является результатом создания комического, таким образом, комическое должно быть поддержано реакцией адресата [4].

С начала своего существования кинематограф находится в центре внимания исследователей из разных областей научного знания, мнения которых сходятся в одном: как любой вид искусства, кино обладает собственным специфическим языком, элементы которого разнородны, но в совокупности образуют гармоничное целое, актуализируясь в конкретном кинематографическом произведении [16].

Язык кино имеет свои особенности. Кинематографический образ складывается из трех взаимосвязанных компонентов: изобразительного ряда, саундтрека и диалогов. Переводчик может воздействовать только на последний, речевой уровень произведения, а информация, заложенная в первых двух, остается неизменной. Между тем, и изображение, и звуковое оформление содержат множество социальных и культурных аллюзий и метафор, понятных зрителю оригинальной версии и не воспринимаемых зрителями переведенного фильма. Переводчик может восстановить эту информацию лишь частично, например, в переводе песен и надписей [18].

Целью художественного перевода является «осуществление полноценной межъязыковой эстетической коммуникации путем интерпретации исходного

текста, реализованной в новом тексте на другом языке» [30, 117]. Перевод вводит фильм в другую культурно-историческую среду, у произведения, созданного режиссером на основе культуры, носителем которой он является, меняется адресат. В его восприятии «чужого» явления неизбежны неточности, которые переводчик должен свести к минимуму [36].

1.1 Понятие «кинoперевод» и его лингвистические особенности

Под термином «кинoперевод» обычно подразумевают перевод художественных игровых и анимационных фильмов, а также сериалов. Кинoперевод как процесс состоит в литературной межъязыковой обработке содержания оригинальных монтажных листов с последующей ритмической укладкой переводного текста и его озвучивания или введения в видеоряд в форме субтитров [11].

Перевод художественных фильмов является особым видом художественного перевода. Его специфика связана, прежде всего, с характером материала и способом его презентации. Текст кинoперевода, в отличие от других видов переводных текстов, имеет свои особенности. Во-первых, он ограничен временными рамками звучания: его необходимо синхронизировать с оригинальным текстом. А поскольку темп речи и грамматические структуры в языках различны, часто приходится искусственно сжимать или расширять текст. Во-вторых, текст кинoперевода рассчитан на мгновенное восприятие, следовательно, он должен быть максимально информативным и понятным зрителю. В-третьих, он сопровождается видеорядом, который обуславливает выбор возможных вариантов перевода: важно учитывать связь изображения и текстового материала, уделять одинаковое внимание вербальным и невербальным средствам выражения [8].

Кино – аудио-визуальное искусство, обладающее своим собственным сложным языком. Собственно текст является лишь одной из множества его составляющих. Следовательно, во-первых, он во многом эллиптичен и, во-

вторых, не может рассматриваться изолированно от прочих элементов киноязыка [20].

Существует четыре основных вида кинoперевода: субтитры, дубляж, синхронный и закадровый перевод. Наибольшая степень эквивалентности перевода исходному тексту может быть достигнута в последнем, поэтому мы обратимся именно к нему. В своей статье «Классификация текстов и методы перевода» на основании критерия функции языка К. Райс выделяет в отдельную группу аудио-медиальные тексты, «зафиксированные в письменной форме, но поступающие к получателю через неязыковую среду в устной форме (речевой или песенной), воспринимаемой им на слух; причем экстралингвистические вспомогательные средства в различной степени способствуют реализации смешанной литературной формы» [33, 211]. Отличительным признаком этой группы текстов является следующее требование к переводу: он должен обеспечить воздействие на слушателя текста перевода, тождественное тому, которое оказывал оригинал на слушателя исходного текста [34].

В кинопереводе важно учитывать связь изображения и текстового материала, уделять одинаковое внимание вербальным и невербальным средствам выражения. Однако бывает трудно подобрать эквивалент, когда фраза на исходном языке сопровождается характерным жестом. Часто языки жестов в различных культурах не совпадают. Иногда переводчик сталкивается с трудностями исключительно технического характера: монтажный лист неполный, и нужно переводить диалоги, восприятие которых на слух затруднено – погони, ссоры, разговор шепотом и т.д. Часто бывает необходимо угадывать смысл диалога по изобразительному ряду и контексту [46].

Перевод вводит фильм в другую культурно-историческую среду, у произведения, созданного режиссером на основе культуры, носителем которой он является, меняется адресат. В его восприятии «чужого» явления неизбежны неточности. Переводчик может воздействовать только на речевой уровень фильма, а информация, заложенная в саундтреке и изобразительном ряде, остается неизменной [9]. Между тем, и изображение, и звуковое оформление

содержат множество социальных и культурных аллюзий и метафор, понятных зрителю оригинальной версии и не воспринимаемых зрителями переведенного фильма. Переводчик может восстановить эту информацию лишь частично, например, при переводе песен и надписей, а также при введении кратких пояснений в сам диалог. Как отмечает В.П. Гайдук, переводчик имеет дело с языком произносимым, то есть, с проявлениями речевого сознания того или иного народа. Следовательно, при переводе важно учитывать различие культур и картин мира создателей фильма и обобщенного зрителя переводной версии [9].

Язык персонажей фильма представляет собой авторскую стилизацию естественной разговорной речи, в которую часто бывают включены разные регистры общения – от официального стиля до вульгаризмов. Передача этих нюансов в переводе для сохранения стиля оригинала представляет трудную и одновременно интересную задачу. При переводе художественного фильма важно не только сделать фильм понятным новому зрителю, но и сохранить замысел оригинала, представить образы персонажей в заданном автором стилистическом ключе, то есть, воссоздать средствами другого языка целостное произведение [2].

Нужно подчеркнуть, что перевод фильмов является весьма специфическим процессом, который требует от переводчика эрудированности, знаний современных языковых реалий и выдающегося чувства языка, так что просто быть хорошим переводчиком будет недостаточно. В кинопереводе переводчик обязан учитывать связь изображения и текстового материала, уделяя одинаковое внимание вербальным и невербальным средствам выражения [11].

Многие переводчики сталкиваются с проблемой подбора эквивалента, когда фраза на исходном языке сопровождается характерным жестом, так как в разных странах одни и те же жесты имеют разную коннотацию. Очень часто изображение и звуковое оформление содержат множество социальных и культурных аллюзий и метафор, понятных зрителю оригинальной версии и не воспринимаемых зрителями переведенного фильма. Переводчик может

восстановить эту информацию лишь частично, например, при переводе песен и надписей, а также при введении кратких пояснений в самом диалоге [13].

При переводе аудиовизуального текста перед переводчиком ставятся особые проблемы, поэтому перевод фильмов распадается на 2 этапа:

1 Межъязыковой перевод фильмов в котором рассматриваются системными расхождениями между языками: перевод безэквивалентной лексики, отклонения от литературной нормы языка; передача юмора и прагматических созначений. При переводе фильмов, мало руководствоваться печатным вариантом, перевод должен быть понятным и гармонично сочетаться с прочими семиотическими компонентами аудиовизуального текста [29].

2 Внутриязыковой перевод «составляет специфику непосредственно самого перевода фильмов, включающий комплекс задач по гармонизации «нового» вербального компонента и «старых» параллельных семиотических компонентов аудиовизуального текста. Особые проблемы на этом этапе связаны с синхронизацией длин реплик персонажей и движения губ. Если зритель четко видит у персонажа билабиальный звук, задача переводчика подобрать такой вариант перевода, в котором присутствует звук именно этого типа, иначе психологически разница между увиденным и услышанным будет вызывать когнитивный диссонанс» [29].

Любой фильм подразумевает наличие разной лексики, которая употребляется в разных значениях, с различной эмоциональной окраской и может нести, в каждом из случаев различную смысловую нагрузку. Переводчик должен знать, что одно из главных значений при переводе фильмов имеет правильная передача интонации говорящего. Разные фразы при различных интонационных окрасках могут абсолютно изменить свое значение [14].

Перевод в кино – специфический вид перевода, для осуществления которого, переводчик должен, помимо знаний языков, уметь извлекать смысл оригинального сообщения и перефразировать его на родной язык, сохраняя тональность и прагматический эффект. В отличии от литературного перевода киноперевод создается не только языковыми средствами, а является лишь более

или менее важным элементом более крупного целого. Характерно, что он не может обходиться без внеязыковой (технической) среды и неязыковых графических, акустических и оптических форм выражения. Лишь это единство создает необходимую смешанную литературную форму как целое.

При кинопереводе необходимо сохранять инвариантность на уровне плана содержания, но, кроме того, приспосабливать речевой синтаксис к потребностям языка перевода. В тексте, предназначенном лишь для чтения, это делать необязательно [34].

1.2 Основные отличия киноперевода от перевода литературного и художественного

Сегодня кинематограф является одним из самых влиятельных средств коммуникации, именно поэтому исследователи все больше интересуются этим уникальным культурным явлением и его переводом. По мнению С.С. Зайченко, кинематограф – это явление известно своим стремительным развитием, глобальным распространением и воздействием на зрительскую аудиторию в мировых масштабах. Синтезировав достижения литературы, изобразительного искусства, музыки и театра, кино создало новый язык, в котором органично переплелись разнообразные выразительные средства [18].

Особым видом художественного перевода является перевод художественных фильмов. Он коренным образом отличается от других видов перевода, так как имеет свою специфику: он ограничен временными рамками звучания, а поскольку языки имеют разные грамматические строи, темпы речи, перед переводчиком часто стоит задача- искусственно сжать или же, наоборот, расширить исходный текст. Другое отличие киноперевода от перевода художественного и литературного это мгновенное восприятие информации. Поэтому текст должен быть максимально точен и понятен зрителю, при этом важно помнить о том, что текст сопровождается видеорядом и необходимо учитывать совпадение вербальных и невербальных средств выражения языка.

Наверно одно из самых главных отличительных особенностей кинoперевода от литературного это то, что кинoперевод должен осуществляться параллельно с просмотром видео и при этом, переводчик смог подобрать такой вариант перевода, при котором фраза на русском языке, заканчивалась и начиналась одновременно с фразой на языке оригинала.

Особенности кинoперевода по сравнению с другими типами перевода определяются, прежде всего, многоаспектностью семантического кода объекта этого типа перевода – аудиовизуального текста. Передача информации – вербальной и невербальной – осуществляется в аудиовизуальном тексте одновременно по двум каналам – акустическому и визуальному, и лингвистический код перестает играть определяющую роль [11].

Стилевая принадлежность определяет включение в переводоведческий анализ аудиовизуального текста, а также анализа передачи фонетических особенностей речи персонажей, таких как индивидуальных, социолингвистических, региональных особенностей. В аудиовизуальном тексте эти особенности обладают смысловой и стилистической значимостью, их передача в переводе определяется сложной природой аудиовизуального перевода и ограничениями, накладываемыми на такой перевод [11].

В отношении любого сценического произведения может быть действителен тезис Жоржа Мунэна, независимо от того, должен ли письменный текст быть отнесен к типу текстов, ориентированных на содержание, форму или обращение. Важнее верности лексике, грамматике, синтаксису и даже стилю отдельно взятого предложения текста является верность тому, что обеспечивает произведению сценический успех на его родине. Переводить следует сценическую действительность, а уже потом обращаться к воспроизведению литературных и поэтических свойств. И если при этом возникнут конфликты, предпочтение следует отдать сценической действительности. Переводить следует не (написанный) текст, а (звучащую) речь [35].

Не удивительно, что при переводе весьма разнородных видов текстов, относящихся к аудио-медиальном у типу, встают и весьма различные по своему

характеру проблемы. Решать их можно, только полностью учитывая неязыковые элементы, влияние которых варьируется от одного типа текста к другому [43].

Обобщая можно констатировать, что метод перевода аудио-медиальных текстов должен обеспечить воздействие на слушателя текста перевода, тождественное тому, которое оказывал оригинал на слушателя исходного текста. При определенных обстоятельствах это может служить основанием для более значительных отклонений от формы и содержания оригинала, чем постулировалось для перевода текстов, ориентированных на обращение [36]. При дубляже фильмов учет этого критерия иногда столь важен, что перевод приобретает лишь вспомогательный характер: в этом крайнем случае он служит лишь канвой для окончательной формулировки синхронного текста.

Все это должен учитывать не только переводчик, но и критик. Если от перевода текста, ориентированного на содержание, он ожидает инвариантности плана содержания, от перевода текста, ориентированного на форму, – аналогии формы и эстетического воздействия, от перевода текста, ориентированного на обращение, – тождества эффекта, отвечающего обращению, то при кинопереводе следует прежде всего оценивать, насколько удалось учесть условия неязыковой среды, присутствовавшие в оригинале, и степень участия дополнительных средств выражения в создании целостной смешанной литературной формы [21].

2 ЮМОР В КИНО И ОСОБЕННОСТИ ЕГО ПЕРЕВОДА

Особый интерес для теории перевода представляет вопрос о передаче комического эффекта в переводе кино. Комическое имеет определенные особенности, функции, жанры и формы. Комическая картина мира каждого народа является специфическим образованием, поэтому то, что является смешным для одной культуры, для другой таковым может не показаться. Общей особенностью комического является ориентация на смеховую реакцию, которая является результатом создания комического, таким образом, комическое должно быть поддержано реакцией адресата [4].

Перед исследователями стоит задача, которая заключается в том, чтобы определить, насколько возможным представляется передача комического эффекта, и можно ли считать результат такой трансляции хорошим переводом.

Для начала нужно определить понятие кинокомедия – «это один из распространенных жанров в мировом кинематографе, однако в каждой отдельно взятой культуре этот жанр имеет свою специфику» [17].

Перевод в кино требует от переводчика ориентации не только на вербальное сообщение, но и на экранное изображение, которое может подкреплять визуальный ряд или противоречить ему. При этом переводчик все время должен выбирать форму и содержания, сохраняя смысл и передавая комический эффект. В ситуациях межъязыкового перевода все стратегии осуществляются в когнитивном информационном поле, внешние границы которого определяются контекстом ситуации, а конкретные переводческие решения зависят от способности переводчика использовать соответствующий потенциал поля [25].

Задача переводчика осложняется тем, что «ему необходимо учитывать не только содержательные особенности юмора, но и языковые формы, которые задействованы в создании комического эффекта» [17]. В такой ситуации переводчик должен искать либо эквиваленты в своей культуре, либо дополнять текст пояснениями, что не всегда может быть возможным. Отсюда «очевидно,

что отношения между культурой-отправителем и культурой–получателем не всегда могут строиться однозначно» [35].

Естественно, что у переводчика, работающего с исходным текстом и имеющего дело с каламбурами и культурными отличиями, может произойти когнитивный диссонанс, так как при аудиовизуальном переводе, переводчик не может отходить от плана, поскольку каламбуры могут опираться на некоторые невербальные знаки. Комический эффект часто создается на основе прочной связи вербальных и невербальных средств выражения, и переводчик, передавая его на другой язык, может столкнуться с проблемой, которая не будет зависеть от стажа и уровня профессионализма переводчика.

2.1 Современные лингвистические теории юмора

Проблемам юмора традиционно уделяется большое внимание в зарубежной науке. Интерес к комическому в настоящее время актуализируется, во-первых, необходимостью исследовать одну из фундаментальных проблем антропоцентрического языкознания «язык и эмоции»; во-вторых, стремлением ученых описать эстетику постмодернизма с его ироничным переосмыслением действительности. Исследуются разные аспекты комического: философско-эстетический, биопсихологический, литературоведческий, социокультурный, лингвистический [16].

Иследователей юмора всех времён объединяет одна общая черта. Они исследовали юмор и его проявления в точности так же, как учёные исследуют природные явления. То есть: как объективного явления, существующие независимо от исследователей. Скорее всего, юмор был присущ человечеству с момента его возникновения, а не возник позднее, с развитием цивилизации. Более того, по мнению некоторых наблюдателей, юмор наблюдается и у животных, причём некоторые черты юмора животных и человека имеют некую схожесть.

Естественно, что в основе научной концепции смешного должно быть принято, что юмор – один из самых базовых видов человеческой деятельности.

Отсюда следует логичный вывод о том, что он является одним из самых примитивных видов этой деятельности. В современном обществе чувство юмора ценится весьма высоко.

Одним из самых продуктивных направлений современных теорий вербального юмора является когнитивное. Изучая лингвокогнитивные свойства человеческого сознания, важнейшими из которых в контексте изучения юмора являются рефлексия окружающей действительности и формирование стереотипного восприятия, ученые открывают и описывают новые стороны сущности категории комического. Именно в этом направлении активно ведутся наиболее перспективные исследования вербальной стороны рассматриваемой категории. Характерно, что явления рассматриваются в их динамике. Такой подход к изучению лингвистического материала позволяет преодолеть функциональный барьер и описать все компоненты значения (лексические, семантические и прагматические), проявляющиеся в процессе продуцирования и интерпретации комического [32].

Базовым положением, из которого исходят современные теоретики юмора, является мотив разрешения противоречия. Воспринимая комическое, субъект пользуется некоторыми подсознательными когнитивными правилами, с помощью которых противоречивый, на первый взгляд, элемент становится конгруэнтным ситуации или предшествующему тексту. Многие ученые отмечают, что количество когнитивных правил неисчислимо так же, как и общее количество шуток, что связано с безграничной лингвокреативной способностью человека [8].

Теория бисоциации А. Кестлера, семантическая теория В. Раскина, позже доработанная в комплексную лингвопрагматическую и когнитивную общую теорию вербального юмора С. Аттардо, исходят из положения о бисоциативности структуры комического. В нашем сознании существуют так называемые ассоциативные контексты действительности – скрипты. По определению С. Аттардо, скрипт – это хранящаяся в нашем сознании структурированная информация о каком-либо объекте действительности.

Любой скрипт имеет определенную структуру и состоит из следующих компонентов: участников, ролей, которые они выполняют, характерных признаков данных участников, отношений, которые сложились между участниками, частей скрипта, то есть действий, совершаемых участниками, места, в котором совершаются данные действия, и цели, ради которой совершаются действия [37].

Механизм восприятия комического заключается в резком переключении хода мыслей из одного ассоциативного контекста в другой с помощью триггера – лексического сигнала, в результате которого возникает бисоциативный шок, что проявляется в смехе [20]. С. Аттардо разработал систему параметров, которые важны в процессе продуцирования и восприятия вербального юмора. К ним он относит следующие [25]:

1 Язык – выбор и порядок слов, использование и расположение функциональных элементов и пр.

2 Стратегия повествования – жанр смехового текста.

3 Цель – комическое в основном нацелено на осмеивание социальных стереотипов.

4 Комическая ситуация – персонажи, их деятельность, объекты, обстановка и пр.

5 Противопоставление скриптов.

6 Логический механизм – логическая операция, необходимая для разрешения несоответствия.

Центральным и обязательным параметром является «Противопоставление скриптов». Именно он обеспечивает создание комического эффекта и соотносится с появлением противоречия, а «Логический механизм» – с его разрешением. Таким образом, эта теория дает комплексную схему описания вербального комического, затрагивая проблемы структуры языка (параметр «Язык»), дискурс-анализа (параметр «Стратегия повествования»), социолингвистики (параметры «Цель» и «Комическая ситуация») и когнитивистики (параметры «Противопоставление скриптов» и «Логический

механизм»). Последний параметр привлекает наибольшее внимание исследователей-когнитологов, так как именно он объясняет логические операции, необходимые для разрешения противоречия. Используя метод концептуального отображения маппинга, ученые исследуют механизмы, связывающие элементы противопоставляемых скриптов [29].

Эти идеи развиваются в статье «Разрешения и их несоответствия: развитие идеи логических механизмов» Кристиана Хэмпельмана и Сальваторе Аттардо. Авторы выявляют логический механизм «смещения несоответствия» в комических контекстах. Важным выводом является то, что для появления комического эффекта необязательно полное разрешение противоречия. Это убедительно подтверждается эмпирическими данными [18].

Существуют и многие другие лингвистические теории комического, например, прагматическая теория постепенного акцентирования, разрабатываемая группой ученых под руководством Рейчел Джиоры. В своих работах Джиора тоже основывается на идее возникновения двойного значения, проявляющегося в двух несовместимых интерпретациях [52]. Она выдвигает гипотезы поступательного осознания явной информации и необходимости маркировки скрытой информативности. Ее подход основан на предположении, что некомическая информация обрабатывается в нашем сознании линейно и постепенно, а юмор подразумевает неожиданный скачок контрастной информативности, который должен быть помечен явным семантическим элементом.

Помимо теорий, раскрывающих сущность комического, постоянно появляются исследования, в которых разрабатываются механизмы продуцирования и восприятия юмора. Одной из таких теорий является трехчастная теория механизмов восприятия шуток, предложенная польской исследовательницей Мартой Дайнел. По ее мнению, все шутки действуют в соответствии с тремя механизмами: механизм садовой дорожки, механизм перекрѐстка, механизм красного света светофора. Она исходит из классического положения о том, что шутка состоит из двух структурных элементов: зачина и

кульминации. Материалом ее исследования послужили однорепликовые шутки, анекдоты, а также комические загадки – так называемые «консервированные шутки» [52].

Механизм садовой дорожки.

Многие шутки строятся по такому принципу: в зачине дается информация, обладающая скрытой многозначностью таким образом, чтобы для воспринимающего было доступно лишь одно, самое очевидное значение, а с помощью кульминации актуализируется другое значение, что заставляет пересматривать содержание всего текста [49]. «Соль» шутки демонстрирует неверную интерпретацию предшествующего текста, подчеркивает его неоднозначность и отменяет первую интерпретацию.

Таким образом, в процессе реинтерпретации вычленяется альтернативное значение, конгруэнтное кульминации, что приводит к возникновению комического эффекта. В длинных юмористических текстах, таких как байки, анекдоты и пр., чаще всего в пересмотре нуждается не весь зачин, а только неоднозначный элемент. Скрытая неоднозначность может носить семантический или прагматический характер. Семантические неоднозначности в зачине чаще всего актуализируются с помощью омонимии, полисемии, деидиоматизации [49].

Синтаксическая неоднозначность сравнительно редкое явление, и, если оно возникает, его всегда можно объяснить через лексическую неоднозначность, так как смещение в грамматике обычно влечет и лексическое смещение [49]. Например в одной из серий телесериала «Друзья», Чендлер говорит: *I do not think much of Fibi* – Я не высокого мнения о Фиби. При переводе, переводчик может допустить ошибку, если фразу *think much of smb,* примет как свободное словосочетание и переведет ее *мало думать о ком-то*, в то время как эта фраза переводится как *быть высокого мнения о ком-либо*.

Механизм перекрестка.

Согласно М. Дайнел, в процессе восприятия некоторых шуток реципиент до самой кульминации не знает и не может спрогнозировать дальнейший ход

событий, чувствует некую растерянность. Он как бы находится на перекрестке нескольких альтернативных направлений. Основа рассматриваемого механизма – абсурдный элемент в зачине, который препятствует процессу интерпретации. Механизм перекрестка свойственен большому количеству комических текстов, основанных на особой «локальной логике» [48], которая обеспечивает специфическое разрешение противоречия. Согласно А. Зиву, локальная логика дает объяснение любому несоответствию в рамках реальности, представленной в шутке. Таким образом, неправдоподобности просто маскируются с помощью, например, адекватной структуры шутки [62].

Важно отметить, что в шутках, «работающих» с помощью такого механизма, может возникать не одно, а два и более противоречия. Однако центральное всегда проявляется до кульминации. Фоновые противоречия заключает в себе «соль» шутки. Они же способствуют созданию, а иногда и интенсификации комического эффекта [52].

Важным аспектом работы механизма является тот факт, что реципиент осознает, что природа воспринимаемого текста комическая, и может предполагать, что в момент наступления кульминации шутки противоречие будет снято, однако сущность этого снятия не поддается прогнозированию. Это замечание, ко всему прочему, подтверждает лишь частичную состоятельность одной из канонических теорий комического – теорию обманутого ожидания: далеко не во всех случаях проявления комического реципиенты способны прогнозировать ход событий [37].

Механизм красного света светофора.

В процессе восприятия шуток, действующих согласно третьему, выделяемому М. Дайнел механизму, реципиент беспрепятственно интерпретирует происходящее, пока неожиданно не сталкивается с кульминацией, которую автор теории образно называет «красным светом». Заключительная часть комического текста разрешает возникнувшее противоречие после короткой паузы, однако таким образом, чтобы реципиент не мог спрогнозировать подобное завершение. Таким образом, в шутках,

работающих по механизму красного света, «соль» шутки не разрушает первичную интерпретацию зачина. Кроме того, центральное противоречие возникает именно в момент кульминации, а не до него, хотя локально логичные, вторичные, несоответствия могут находиться и в зачине. Другими словами, в рассматриваемом разряде комических текстов центральное противоречие возникает в кульминационной части и там же разрешается благодаря какому–либо когнитивному правилу [49].

Таким образом, все рассмотренные нами теории исходят из идеи разрешения несоответствия; они учитывают когнитивные механизмы продуцирования и восприятия комического. Кроме того, если изначально подобные теории использовались лишь для изучения статичного материала: шуток, анекдотов и прочего, то сейчас, с их развитием и усовершенствованием, для изучения становятся доступными явления живой, спонтанной речи с учетом коммуникативной ситуации и социальной реальности.

2.2 Лингвистические средства создания комического эффекта

В филологической и эстетической литературе нередко наблюдается отождествление и смешение форм и приемов комического. Существуют две отличные друг от друга формы комического: юмор и сатира. Некоторые исследователи рассматривают иронию в качестве самостоятельной формы комического. В силу своей интеллектуальной обусловленности и критической направленности ирония сближается с сатирой; вместе с тем между ними проводится грань, и ирония рассматривается как переходная форма между сатирой и юмором. Согласно этому положению, объектом иронии является преимущественно невежество, в то время как сатира обладает уничтожающим характером, создает нетерпимость к объекту смеха, общественной несправедливости. Ирония – средство невозмутимой холодной критики [3].

Сатира представляет собой высшую и острую форму комического. Иногда говорят о видах комического – таких, как юмор, сатира, гротеск, ирония, карикатура, пародия и т. д. Подобное выделение видов комического проистекает

от смешения форм и приемов комического. Гротеск, карикатура, пародия входят в технику гиперболы и в совокупности составляют прием деформации явлений, характеров. Вот почему их нельзя считать формами комического. Они в одинаковой степени служат и сатире и юмору. Безусловно, средства и приемы комического появляются не сразу, постепенно с развитием литературы увеличивается их число, обогащается содержание [7].

Многозначность, омонимия, каламбур, иносказание, комический контраст и т. п. являются языковыми средствами комического. Неправомерно ставить в один ряд как факторы одного порядка насмешку, иносказание, гиперболизацию (и ее виды – гротеск, карикатуру, пародию, фантастику), комическую деталь, комическую интригу, комическую ситуацию, комический характер, контраст, каламбур и т. д. Некоторые из них – иносказание, контраст, каламбур, аллегория и др. рассматриваются как особые средства [6].

Средства комического в широком смысле включают разнообразные предметы и их детали. Однако, говоря о средствах комического, мы имеем в виду прежде всего языковые средства: эпитет, метафора, гипербола, литота, метонимия, сравнение и др. Круг средств комического известен: сюда относятся все значимые единицы языка – слова, выражения, словосочетания, предложения и тексты. Безграничны возможности каждой из этих единиц в создании комического. Например, в качестве средства комического мы отметили языковую единицу, обобщенно именуемую «словом».

Роль слова в комическом искусстве значительно возрастает. Говоря о роли слова как «средства комического», мы имеем в виду функционально-стилистическую роль общеупотребительных слов, архаизмов и диалектизмов, неологизмов, терминов и терминологических слов, профессионализмов, заимствований и вульгаризмов, жаргонизмов, собственных названий лиц, предметов и пространства, прозвищ, званий и титулов [6].

Известно, что метафоры, метонимия, сравнения, художественные определения (эпитеты) существенно расширяют семантические возможности слова. В сатирическом искусстве широко используются полисемантичность

слов, омонимия, синонимия, антонимия и комическая игра слов. Произнесение слов с иронической интонацией создает безмерное поле для их семантико-комического варьирования [14].

Комический эффект производит также лингвистическое обыгрывание фигуральных выражений и афоризмов, паремий, фразеологизмов и т. п. Следует отметить, что в языке прозаических произведений комический характер омонимов, паронимов чаще всего возникает на почве каламбуров, которые оказывают серьезное влияние на комическое выражение мысли в диалоге.

Следует также отметить, что каламбуры в языке не ограничиваются использованием лексических омонимов, омоформ, омографов и паронимов; каламбуры обладают широкими возможностями выражения, многообразием форм. И все же в диалогах юмористических и сатирических произведений, особенно прозаических, эти формы чаще других употребляются для создания комических каламбуров. Известно, что каламбур – это не просто игра слов. Использование каламбуров в художественном произведении зачастую связано с выдвижением и развитием авторской идеи [5].

Каламбур опирается на значение слова, часто он связан с различным толкованием, неожиданным переосмыслением слова. Иногда слово употребляется в совершенно ином, окказиональном, значении. Сюда же относится шутливый этимологический анализ в соответствии со складом мышления героя. В языке прозы комизм с употреблением антонимов не ограничивается критикой отрицательных качеств, присущих отдельным индивидам: он служит также для разоблачения общественных противоречий.

Антонимы выражают противоположности объективной реальности и в языке прозы. Однако в комических произведениях общий юмористический или сатирический фон придает комический тон и антонимическим противопоставлениям. При этом стороны, составляющие контраст, резко отличаются, что усиливает комическое воздействие. Иногда комическое противопоставление способствует раскрытию тайных намерений героя, служит разоблачению его духовного содержания [26].

Интересные образцы комических контрастов путем совместного употребления слов, никак не соотносящихся, никак не связанных между собой. Вообще описание в одном ряду совершенно несовместимых, совершенно разных и противоположных предметов и понятий представляет собой одно из основных средств выражения манеры неожиданности. Эти средства издавна использовались в мировой литературе [32].

Разумеется, в художественном произведении все приемы комического связаны с языком, так как художественное произведение создается на основе языкового материала. Однако не все приемы комического находятся в одинаково активных отношениях с лексическими и грамматическими средствами языка. Например, ситуативно обусловленные ирония, контраст, комическое преувеличение (гипербола), умаление (литота), манеры недоразумения, неожиданности находятся в меньшей зависимости от составных элементов языка [33]. Средство носит конкретный характер, прием – общий. Одно и то же средство может служить элементом нескольких приемов. Например, комический эффект слов может быть использован и в иронии, и в формах деформации и др. приемах.

Средство вещественно, конкретно; прием же материально «неуловим», он абстрактен. Средства комического налицо: мы их видим, читаем, произносим. Но приемы не выводятся из этих средств: они носят опосредованный характер. Так, например, приемом следует считать эффект недоразумения, когда употребление говорящим слова в одном значении и понимание его слушающим совсем в ином смысле становится причиной комической ситуации. Манера недоразумения, однако, вовсе не сводится к одному лишь комизму разной интерпретации словесного содержания. Или же в качестве приема эффект внезапности, неожиданности, обусловленный конситуацией, может быть создан самыми различными языковыми средствами. Средства в высокохудожественном произведении можно уподобить клеткам тканей организма. В таком случае приемы на базе этих клеток раскрывают комический пафос его «жизнедеятельности». Сила комического произведения, значительность юмора

и сатиры зависят от выбора средств, их уместного использования, умелого введения их в текст [27].

Без комических средств невозможно формирование комического характера и конфликта. Сюжет комического произведения постепенно нагружается средствами комического, которые по общему ходу сюжета обусловливают развитие комических приемов. Язык сатирических произведений в материальном отношении не отличается от языка несатирических произведений: языковые средства комического тоже состоят из фонетических, лексических, фразеологических и грамматических средств [27].

Несмотря на частое смешение форм, приемов и средств комического, все же различают две основные формы комического: юмор и сатира. Среди приемов создания комического содержания выделяют: ситуативно обусловленную иронию, контраст, комическое преувеличение (гипербола), умаление (литота), манеру недоразумения, неожиданности. А среди средств создания комического выявляют эпитеты, метафоры, сравнения, уподобления, оксюморон, синонимию, антонимию и другие [37].

2.3 Проблемы перевода юмористических текстов на русский язык с сохранением комического эффекта

Категория комического – это одна из основных категорий в эстетике, наряду с категорией прекрасного, возвышенного, трагического. В процессе исследования категории комического возникает много сложностей в связи с разнообразием терминов, имеющих отношение к данной категории. Нельзя себе представить жизнь без юмора. Юмор – это жизнь, это состояние. Человек без юмора очень часто впадает в беспочвенный пессимизм. Этот человек ненавидит весь мир и только юмористический взгляд на жизнь помогает преодолеть хандру.

Понятие «юмор» является не только общечеловеческим, но в тоже время глубоко национальным. В том, как и над чем шутят в разных странах, проявляются общие законы юмористической картины мира, но это общее реализуется в конкретных формах, которые определяются особенностями национального характера, культурных традиций, социального устройства [32].

Чувство юмора является индивидуальной характеристикой человека. Оно либо есть у него, либо совершенно отсутствует. Также и национальный юмор обладает определенным набором особенностей, которые отличают его от других. Английский и русский юмор не стали исключением, каждый их них имеет свои особенности и воспринимаются как национальная черта характера [45].

Американский юмор отличается своим разнообразием из-за того, что на просторах Америки живут люди разной национальности и он собрал в себя множества элементов юмора от них. Американский юмор может быть как и наглым, резким, так и добрым, тонким.

Несмотря на все разнообразие культурных влияний, которые сформировали американскую нацию, фундаментом американских традиций является англосаксонская культура. Государственным языком США является английский язык, а американский фольклор и литература явились

продолжением британских [50]. Американский юмор – это открытый, бесшабашный и одновременно умный юмор. Он был средством отвлечься от непредсказуемой и опасной жизни, разрядить напряженную обстановку.

Надо отметить, что в истории Соединенных Штатов отсутствует мифологический эпос с его богами и героями, совершающими эпохальные поступки. Место мифов и мифологических героев заняли персонажи из народного фольклора. Творцами фольклора в Новом Свете были, в отличие от населения Европы, первопроходцы-кочевники, которые отличались грубым юмором, любовью к свободе и меркантильными интересами.

В американской традиции комического преобладает громкий, открытый смех, наполненный нелепостями, преувеличениями, черным юмором. Большое число приезжающих эмигрантов добавляют в американскую культуру свои традиции и юмор. Многие американские юмористы и комики являются эмигрантами в первом поколении. Однако, самое заметное влияние на современный американский юмор оказывает индустрия массовой культуры, которая формирует вкусы аудитории всей страны. Резкий скачок, который сделала индустрия массовой культуры за XX век, полностью изменило мировоззрение общества [34]. Жителям других стран не понятен американский юмор, но только потому, что им не понятен американский образ жизни, их национальных характер и многое другое.

Что касается русского юмора, то многие другие национальности считают, что он острый и резкий, часто грубый и неприличный. Так же, как и американский юмор, русский не всегда понятен человеку из другой страны. Важной особенностью русского юмора является воздействие слова и последующая реакция на него. Эффект неожиданности и непредсказуемости вызывает «энергию действия». Характерной чертой русского юмора является также стремление к модифицированию. Русский юмор имеет свойство меняться, приобретая глубокие смыслы и новые формы, что характерно особенно для современного юмора [8].

Природа русского юмора считается доброй. Он никого не унижает, он является назидательным, просветляющим. Для него характерна естественность, простота, которую человек воспринимает как что-то общепризнанное, но в то же время нелепое. Основной задачей русского юмора является освещение и отражение общепризнанных ошибок или пороков, их осознание и умение преподнести в высоком литературном юмористическом плане. Русский юмор очень полно и определенно показывает, как эволюцию личности, так ее деградацию [13].

Особый интерес для теории перевода представляет вопрос о передаче комического эффекта в переводе кино. Перед исследователями стоит задача, которая заключается в том, чтобы определить, насколько возможным представляется передача комического эффекта, и можно ли считать результат такой трансляции хорошим переводом.

Для начала нужно определить понятие кинокомедия, «это один из распространенных жанров в мировом кинематографе, однако в каждой отдельно взятой культуре этот жанр имеет свою специфику» [17].

Перевод в кино требует от переводчика ориентации не только на вербальное сообщение, но и на экранное изображение, которое может подкреплять визуальный ряд или противоречить ему. При этом переводчик все время должен выбирать форму и содержания, сохраняя смысл и передавая комический эффект. В ситуациях межъязыкового перевода все стратегии осуществляются в когнитивном информационном поле, внешние границы которого определяются контекстом ситуации, а конкретные переводческие решения зависят от способности переводчика использовать соответствующий потенциал поля [25].

Задача переводчика осложняется тем, что «ему необходимо учитывать не только содержательные особенности юмора, но и языковые формы, которые задействованы в создании комического эффекта» [17]. В такой ситуации переводчик должен искать либо эквиваленты в своей культуре, либо дополнять текст пояснениями, что не всегда может быть возможным. Отсюда «очевидно,

что отношения между культурой-отправителем и культурой-получателем не всегда могут строиться однозначно» [35].

Естественно, что у переводчика, работающего с исходным текстом и имеющего дело с каламбурами и культурными отличиями, может произойти когнитивный диссонанс, так как при аудиовизуальном переводе, переводчик не может отходить от плана, поскольку каламбуры могут опираться на некоторые невербальные знаки. Особым жанром аудиовизуального мастерства являются комедийные сериалы. Переводчик должен применять к ним особый подход, особый вид текста – кинотекст. «Кинотекст – это сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре кинематографа (игровой, документальный, анимационный, учебный, научно-популярный фильм), выраженное с помощью вербальных и невербальных знаков и предназначенное для аудиовизуального восприятия зрителями» [39].

Комичность сериала построена на каламбурах и игре слов, зачастую очень тонкой и требующей от зрителя большой внимательности и знаний различных сфер» [34]. Очень часто в сериале используются различные акценты, нестандартно произносятся те или иные звуки английского языка, используется огромные предложения, которые добавляют комедийности изображаемой ситуации. Из этого следует, что переводчик встречается с проблемой адекватной передачи юмора сериала при переводе на другой язык.

Многие переводчики утверждают, что передача комического эффекта в аудиовизуальном переводе является самой трудной задачей, с которой они часто не могут справиться. Например, когда переводчик не добивается желаемого эффекта, и вся комичность утрачивается. В результате зритель видит картину и слышит закадровый смех, но не может понять суть шутки. Такой вид ошибки называется эффектом обманутого ожидания. Эффект обманутого ожидания основан на предсказуемости и нарушении предсказуемости. И.В. Арнольд утверждает, что «суть эффекта обманутого ожидания состоит в следующем: непрерывность, линейность речи означает, что появление каждого отдельного элемента подготовлено предшествующими и само подготавливает

последующие» [1]. Так, как и каламбуры и игра слов зачастую опираются на невербальные средства выражения, у переводчика часто возникает когнитивный диссонанс, связанный со сложностью передачи комедийного жанра. В результате, восприятие иноязычного материала, может очень сильно варьироваться под действием перевода и, вряд ли, всегда будет идентично реакции изначальной целевой аудитории [30].

3 АНАЛИЗ СПОСОБОВ ПЕРЕДАЧИ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В КИНОПЕРЕВОДЕ ТЕЛЕСЕРИАЛА «ДРУЗЬЯ»

Для того, чтобы кинофильм стал кинокомедией в нем используются языковые и внеязыковые средства создания эффекта комического, которые являются доминантой всего кинопроизведения. Поэтому языковые средства, как правило, включают стилистические, синтаксические и лексические элементы. К внеязыковым средствам относятся мимика и жесты.

Сериал «Друзья» является ярчайшим примером современного киноискусства. Посмотрев хотя бы одну серию, вы увидите множество шуток, своеобразных персонажей и непредсказуемых развитий сюжета. Он состоит из 10 сезонов и за все время своего существования на телевидении получил большое количество наград ("Эмми" и "Золотой глобус") и покорил миллионы зрительских сердец во всем мире. Эта комедия была создана Дэвидом Крейном и Мартой Коуффман и стала самой популярной новой комедией ситуаций сезона 1994-95 гг. Она занимала восьмое место в рейтинге Нельсона. Герои телесериала – шестеро молодых людей, живущих в Нью-Йорке и встречающиеся в соседнем кафе, Рейчел, Моника, Фиби, Джоуи, Чендлер и Росс. Имена этих персонажей известные телезрителям всего мира. Ни один комедийный сериал в истории американского кино не пользовался такой популярностью [45].

Сериал или же ситком «Друзья» содержит в себе разные проявления юмора, как и полагается продукту такого жанра. Сериал получил огромную популярность на территории Соединенных Штатов Америки и различных англоговорящих стран и было бы несправедливо оставить этот сериал в пределах только английского языка.

Сериал пестрит шутками весьма специфичными, с употреблением жаргонов, игры слов и бесконечного сарказма. Все это является особенностью сериала, которой так гордятся создатели ситкома, однако это только прибавляет работы переводчикам, которые весьма успешно справляются с этой задачей и дарят нам положительные эмоции [45].

Использование стилистических фигур является определяющей чертой комического в сериале «Друзья». Стилистические средства включают аллегорию, аллюзию, антитезу, сведение к абсурду: преувеличение (гротеск, гипербола, карикатура, пародия, травестия, фантастика, шарж), умаление (литота), градация, смешение стилей или несоответствие языкового стиля ситуации, ирония, метафора, неправильное сравнение с тем, что не имеет никаких общих признаков, несовместимость понятий в одном ряду, чушь, оксюморон, парадокс, параллелизм, передразнивание, потрясающие эпитеты [5].

Итак, чтобы лучше понимать юмор этих молодых людей в сериале, стоит обратить внимание на их род занятия и окружения. Рейчел Карен Грин – энтузиастка, которая начинает свою карьеру как официантка в кафе, но впоследствии занимает должность в управлении компанией *Bloomingdale's* и позже в *Ralph Lauren*. Моника Геллер (позже Геллер-Бинг), становится шеф-поваром в ресторане *Javu*. Фиби Буфе (позже Буфе-Хэннигэн) – эксцентричная массажистка и музыкант, Джозеф (Джоуи) Фрэнсис Триббиани, актер, становится известным благодаря его роли в «Днях нашей жизни» в качестве доктора Дрейка Реймора, Чендлер Мюриель Бинг работает аналитиком в крупной корпорации. Позже он начинает работать в рекламном агентстве и женится на давней подруге Монике Геллер. Росс Геллер, старший брат Моники, – палеонтолог, работает в музее Доисторической Истории и позже становится профессором палеонтологии в нью-йоркском Университете. Вокруг этой крепкой компании происходит бесконечное количество разных историй: любовные проблемы, они ссорятся и мирятся, но молодые герои не могут быть до конца серьезными и сдержанными, поэтому друзья не упускают случая пошутить, а чувство юмора у них отменное.

С текстологической точки зрения можно сказать, что данный текст в оригинале – интертекстуальный объект: каждая серия «Друзей» изобилует множественными ссылками на английские фильмы, песни, книги, исторические

факты, события и лица современной жизни. Спецификой сериала являются ирония и юмор, передаваемые с помощью игры слов, каламбуров и т.п. Именно эти особенности организации текста оригинала обуславливают выбор стратегий при переводе сериала [15].

3.1 Языковая игра в ситкоме «Друзья». Проблема достижения адекватного перевода

Достаточно часто комедийный эффект в сериале достигается с помощью каламбуров и обыгрываемых значений. Это можно проиллюстрировать ситуацией, когда Чендлер, Фиби и Моника находятся в гостинице с довольно тонкими стенами, через которые можно услышать, что происходит в соседней комнате. Припав к стене, они выясняют, что Росс изменяет Рейчел с подружкой Джоуи. Диалог Моники с Фиби.

Monica: I am not sure about this.

Rachel: Yeah? You're right!

Monica: I am not sure it's the best way to hear everything! Get me a glass!

Моника: Нет, так нельзя!

Фиби: Правильно. Нас это не касается.

Моника: Ты не правильно поняла. Я плохо слышу. Дай стакан!

При переводе этого диалога был применен прием конкретизации, когда *the best way to hear everything* перевели репликой *Я плохо слышу.*

Иногда для достижения адекватности перевода кинокомедии, переводчику недостаточно использовать те же языковые средства, как и в оригинале, так как может возникнуть проблема неперекладности и безэквивалентности. Это касается тех ситуаций, когда речь идет о национальном юморе или социокультурных реалиях, которые не будут иметь желаемого комического эффекта. Более того, они будут непонятны.

В другой ситуации, когда друзья пытаются убедить Рейчел и Джоуи не изменять своим любимым, Джоуи реагирует на это так:

– *You're a pain in my ass, Geller.*

– Геллер, ты как бельмо на глазу.

Грубое, разговорное ругательство перевели с помощью фразеологизма с менее экспрессивной окраской. Комический эффект на оригинальном языке достигается именно благодаря этому выражению, однако в русском переводе такая типичная американская реалия была бы не кстати, поскольку выражение такого типа не присущее русской культуре.

Другой комический эффект достигается с помощью иронии. Из–за высокой влажности на острове у Моники взъерошенные волосы. Ей пришлось пойти в салон, чтобы хоть как-то «обуздать» свои волосы. Однако ее прическа все равно оказалась не лучшим решением проблемы. Дредлоки, которые ей сделали в парикмахерской, очевидно, оказались не к месту, поскольку их носят представители молодежной субкультуры. Чарли, коллега Росса, бросает следующие реплики:

– *It's something. You go, girlfriend.*

– Это очень круто! Пять баллов!

You go, girlfriend – это разговорная фраза, что означает *Ты молодчина, подруга!* Переводчик адаптировал ее к русскому языку.

Еще один пример иронии и гротеска. Друзья возвращаются с отдыха на Барбадосе и Джоуи спрашивает Чендлера и Росса, как ему лететь с Чарли, после того как они разошлись. На что Чендлер отвечает:

– *Yeah, It's almost as if Air Barbados does not care about your social life.*

– Ну, такое впечатление, что «Air Barbados» плевать на твою личную жизнь.

В русском переводе был использован более экспрессивный эквивалент «плевать», чтобы подчеркнуть комичность ситуации.

В сериале довольно часто происходят моменты, когда ситуация становится комичной непосредственно из-за недомолвок героев или непонимание ситуации. В частности, в самолете Рейчел просит Джоуи поговорить с Россом об их отношениях. Однако Джоуи так и не решается

объяснить все другу, зато говорит, как важна ему их дружба. Рейчел, считая, что Джоуи все рассказал Россу пытается также поговорить об этом. Это приводит к комической ситуации, поскольку они говорят о разных вещах.

Ross: I am so excited about this.

Rachel: Really? Excited?

Ross: What, are you kidding? I have had some very dirty dreams about this.

Росс: Я так рад.

Рейчел: Серьезно? Ты рад?

Росс: Еще бы! Это осуществление моих эротических снов!

Другой юмористический прием – это черный юмор, с помощью которого достаточно органично и остроумно высмеиваются обычные жизненные неурядицы. Примером может служить сцена, когда Рейчел приводит ребенка к Россу, который является его отцом, на выходные, как это прописано по контракту. Днем ранее дочь была у бабушки Рейчел. Росс берет ребенка на руки и спрашивает:

– Did she give you a bottle of antidepressants again to use as a rattle?

– Она снова вместо погремушки подсовывала тебе антидепрессанты?

На что Рейчел дает такой ответ:

– That was one time, Ross, and they were only, like, five milligrams.

– Росс, это произошло лишь раз. И они были слабые.

Примечательно то, что автор акцентирует внимание на том, что антидепрессанты имели слабую дозу успокоительного.

Еще один пример черного юмора в сериале строится на использовании разговорных детских слов с целью акцентировать внимание на серьезной проблеме бесплодия пар. Чендлер и Моника приходят к супругам, которые усыновили ребенка, чтобы получить консультацию касательно необходимых документов и процедур. Чендлер начинает разговор следующим образом:

– So a lot of malfunctioning wee-wees and hoo-hoos in this room, huh?

– В этой комнате собрались люди, у которых не все работает».

Английское слово «wee-wee» означает «пи-пи» и используется в разговоре с детьми, а слово «hoo-hoo» означает «ого-го» для выражения радости и удивления. При переводе автор использовал обобщение, которое достаточно точно отразило сущность сказанного и совершенно не уменьшило комичности ситуации, а наоборот, усилило.

Поскольку герои сериала молодые люди, то в своем общении часто используют нецензурную лексику. Так, Фиби, комментируя недостойное поведение Чарли использует разговорную нецензурную лексику, которая в оригинале звучат «мягче», чем в русском переводе:

– Oh? That tart! Floozy! Giant.

– Шлюха! Потаскуха! Маньячка.

Слово *tart* имеет значение *распутная женщина*, *floozy* означает *ненасытная женщина*, и *giant* – гигант. Как видим, первые два слова имеют почти одинаковое значение. Для предоставления колоритности и экспрессивности переводчик использует слова «шлюха», «потаскуха» и «маньячка». И наоборот, подобная ситуация возникает, когда Фиби объясняет бывшей девушке Майка, что он ее бросил. Оскорбленная этим фактом она в гневе так высказывается о нем:

– Scrow you, Mike. You're a coward and a bastard and I hope you rot in hell!

– Пошел ты, Майк! Ты, подлый трус! Гори в аду!

При переводе этих реплик переводчик использовал менее экспрессивно окрашенные выражения, чем в оригинале.

Другой интересный прием – каламбур. Каламбур изучается уже давно, существует множество научных трудов, посвященных различным аспектам его функционирования. Интерес к данному языковому феномена в возник еще в конце XX веке. Однако проблема изучения каламбура в различных аспектах и сегодня не потеряла своей актуальности.

Каламбур – шутка, основанная на комическом использовании слов, которые имеют сходное звучание, но разное значение, или на использовании различных значений одного слова. То есть, сущность каламбура заключается в

столкновении или, наоборот, в неожиданном объединении двух несовместимых значений в одной фонетической форме [10].

С точки зрения функционально-прагматического подхода к определению каламбура, можно утверждать, что семантическая структура каламбура включает лингвостилистический и экстралингвистический компоненты. Первый реализуется на экспрессивно-стилистическом, ассоциативно-образном и функциональном уровнях, последний – на предметно-логическом и национально-культурном [8].

Существует несколько классификаций каламбура, основанные на внутренний структуре каламбура, на его стилистических функциях в произведении и на принадлежности фонового компонента к той или иной категории культурных сведений. При переводе каламбура используется семантика одного/двух компонентов ядра или новая семантическая основа. Есть три основных приема передачи каламбура в переводе:

1 Изъятие, то есть просто перевод текста оригинала.

Джоуи смотрит ТВ-шоу «Wheel of fortune». Участник должен отгадать название скульптуры 4 президентов США «Mount Rushmore». Заходит Чендлер и именно в этот момент Джоуи произносит свой вариант ответа, предполагая, что это «Граф Рашмор».

TV show: "_OUNT RUSH_ORE"

Joey: This guy is so stupid. It's Count Rushmore!

Джоуи: Такой глупый игрок. Это же Граф Рашмор! – Ну и тупица, это же Граф Рашмор!

Далее Чендлер приглашает Джоуи пойти с ним и Дженис на хоккей. Джоуи не нравится Дженис и он говорит об этом Чендлеру:

Chandler: I'm crazy about her now. This could be a real thing. Capital R, capital T. Do not worry those are the right letters.

Чендлер: А теперь я от нее без ума. Полагаю, это любовь, с больших букв оба слова. И это правильные буквы.

Joey: Look, what do you want me to say?

Джоуи: Ну что я должен тебе сказать?

Chandler: I want you to say that you like her.

Чендлер: Скажи, что она тебе нравится!

Joey: I can not, it's like chemical thing, you know?

Джоуи: Не могу, это нечто вроде химическое.

Chandler: Thanks for trying. Oh, and by the way, there is no Count Rushmore.

Чендлер: Спасибо за честность. И, кстати, никакого Графа Рашмора.

Joey: Then who's the guy who painted the faces on the mountain?

Джоуи: А кто же тогда нарисовал на скале те лица?

Существует известная международная детская обучающая программа Улица Сезам. Одним из героев является Граф фон Знак – Count von Count (похож чем-то на графа Дракулу), который в одном из выпусков учил детей считать. Джоуи, из-за своей неосведомленности, подумал, во-первых, что поскольку головы 4, то речь идет именно об этом Графа фон Знака, во-вторых, он считает, что это рисунок, а не скульптура. То есть, речь идет об определенных базовых знаниях. Поскольку эта телевизионная передача не является популярной в России, то зритель не поймет данного каламбура. Также нужно обратить внимание на фонетический аспект каламбура, основанный на созвучии слов *count* и *mount.* В русском переводе мы наблюдаем изъятие данной созвучности, что приводит к потере комического эффекта. Вообще, данный сериал изобилует большим количеством слэнга, разговорных простых выражений, иногда, немного грубоватых. Мы не можем не переводить это и постоянно опускать при переводе некоторые грубоватые фразы. В приведенном выше диалоге, переводчик, на наш взгляд, старался использовать менее экспрессивную лексику. Мы предлагаем свой вариант перевода некоторых реплик данного диалога:

Joey: This guy is so stupid. It's Count Rushmore!

Джоуи: Ну и тупица, это же Граф Рашмор! (вместо «такой глупый игрок»).

Chandler: I'm crazy about her now. This could be a real thing. Capital R, capital T. Do not worry those are the right letters.

Чендлер: А теперь я схожу по ней с ума. У нас могут сложиться серьезные отношения, с большой буквы С и О. Не сомневайся, буквы я назвал правильно (вместо «А теперь я от нее без ума. Полагаю, это любовь, с больших букв оба слова. И это правильные буквы»).

Калькирование – воспроизведение каламбура в языке перевода по образцу каламбура в языке оригинала, то есть путем точного перевода значимых частей каламбура на языке оригинала.

Monica: Chandler, it's happens to lots of guys. You were tired, you had a lot of champagne, do not worry about it.

Моника: Чендлер, с кем не бывает. Честно, ты просто устал, выпил много шампанского. Не волнуйся.

Chandler: I'm not worried, I'm fascinated. It's like biology. Which is funny, because in high school I failed biology and tonight biology failed me.

Чендлер: Я не волнуюсь, я удивляюсь. Это биология. Так странно, но в школе я провалил биологию, а теперь она провалила меня.

В основу каламбура положено прямое и метафорическое значение слова *to fail*. Российский вариант перевода можно считать более успешным, поскольку словосочетание *меня сдала* звучит более естественно чем *провалила меня*. Однако, комический эффект был достигнут в обоих случаях.

Компенсация – способ перевода, при котором элементы содержания оригинала, которые были потеряны при переводе, передаются в тексте иным образом для компенсации семантической потери. В примере, рассмотренном ниже, используются два варианта перевода, один из которых – это перевод профессионального переводчика, а другой – наш предложенный вариант.

Joye: He said: "When are you gonna grow up and start being a mom?».

– Он сказал: «Когда ты повзрослеешь и начнешь вести себя как мать?».

– Он говорит: «Ты должна взрослеть, ты же мать!».

Ross: Wow...

– Ого...

– Не плохо...

Joye: Wait, then she came back with "The question is when are you gonna grow up and realize I have a bomb?».

– А она ему: «А когда ты повзрослеешь и поймешь, что я томаты?!».

– А она ему отвечает: «Это ты должен скорее взрослеть и обнимать».

Ross: Okay, wait. Are you sure she did not say: "When are you gonna grow up and realize I am your mom?».

– Минуточку. А может она сказала: «Когда ты поймешь, что я твоя мать?».

– Обними?! Может она сказала: «Это ты должен скорее взрослеть, а не мать».

Joye: Yeh... That makes more sense.

– Действительно, так более смысла.

– Да, в этом больше смысла.

Слова *mom, bomb* являются составными компонентами каламбура, который базируется на фонетическом созвучии двух слов. Слово *mom* – стимулятор, *bomb* – результат. При переводе на русский переводчик достиг необходимого звукового сходства с помощью слов *мать* и *томаты*, на русском – *обнимать, а не мать.* Следует отметить, что вариант перевода *«томаты»* не случайный, он базируется на словосочетании *your mom* – твоя мать.

Приведем еще один прием каламбура:

Фиби встречается в кафе с бывшим мужем, который привел детей на свидание с ней. Он рассказывает о жизни детей и о том, какие они остроумные, приводя пример шуток, которые дети придумывают:

– *What's green and says «Hey, I'm green?»*

– Что зеленое и называет себя лягушкой?

– *A talking frog.*

– Лягушка, которая умеет говорить.

Как видим, перевод такой шутки не вызывал трудностей, поскольку был сделан буквально, при этом качество шутки не была потеряна.

Аудиовизуальный текст передает культурную репрезентацию мира посредством языка и изображения. Считается, что переводчику приходится балансировать между двумя языковыми и культурными системами и обладать не просто знанием двух языков, но и знанием двух культур [1]. Переводчик имеет дело со сложным семиотическим текстом, фильмом, сериалом или телевизионной программой, который состоит из знаков: вербальных и невербальных, интенциональных и неинтенциональных, имплицитных и эксплицитных. Эти знаки создают кодовую информацию, которую в виде сообщения и воспринимает зритель [2]. Декодирование этой информации и представляет наибольшую трудность для переводчика, поскольку любой кинофильм представляет собой поликодовый объект, в котором вербальная и невербальная информация действует по принципу дополнения.

3.2 Другие способы создания комического эффекта и анализ их перевода

В рамках современного когнитивного подхода к переводческой деятельности постулируется, что в ситуациях межъязыкового перевода все стратегии осуществляются в когнитивном информационном поле, внешние границы которого определяются контекстом ситуации, а конкретные переводческие решения зависят от способности переводчика использовать соответствующий потенциал поля. Обстоятельства, препятствующие встрече знака языка перевода с объектом исходного языка получают название «разрывов» и обуславливают когнитивный диссонанс переводчика [30].

Когнитивный диссонанс определяется как «…знание переводчика о том, что между текстами исходного языка и языка перевода имеются содержательные различия и реакция на это знание» [34]. Несомненно, переводчик кино, работающий с исходным текстом и имеющий дело с каламбурами, игрой слов или культурными реминисценциями испытывает когнитивный диссонанс, ведь при аудиовизуальном переводе у переводчика, можно сказать, «связаны руки», поскольку и каламбуры и игра слов могут опираться на некоторые невербальные знаки. Комический эффект может

создаваться на основе прочной связи вербальных и невербальных средств выражения и его передача на другой язык может оказаться непосильной задачей, несмотря на степень профессионализма переводчика.

Комедийные телевизионные сериалы, перевод которых является одним из направлений работы современных переводчиков, работающих в сфере аудио-визуального перевода, представляют собой неисчерпаемый источник факторов, обуславливающих когнитивный диссонанс. Связано это в первую очередь с тем, что комедийный сериал или ситуационная комедия является продуктом сложной семиотической природы и характеризуется таким свойством, как интертекстуальность [4]. Текст комедийного сериала дает многочисленные отсылки на популярные в принимающей культуре персонажи, песни, телевизионные передачи, рекламу и т.д. Естественно, большая часть таких культурных реалий неизвестна для реципиентов других культур и перевод шуток и диалогов, комичность которых построена на интертекстуальности, представляет сложность для переводчика, тем самым, обуславливая его когнитивный диссонанс.

Согласно теории когнитивного диссонанса в случае возникновения диссонанса индивид будет всеми силами стремиться снизить степень несоответствия между двумя своими установками, пытаясь достичь консонанса (соответствия). Это происходит вследствие того, что диссонанс рождает «психологический дискомфорт» [5]. Применительно к теории перевода, это означает, что переводчик, испытывающий когнитивный диссонанс, обусловленный интертекстуальностью и лингвокультурными различиями текста на исходном языке, будет всеми силами стремиться найти такой вариант перевода, который поможет ему избавится от когнитивного диссонанса или в значительной степени его ослабить.

Теория когнитивного диссонанса в приложении к переводу комедийных сериалов позволяет выдвинуть гипотезу, что переводчику комедийного сериала, созданного в культуре, значительно отличающейся от культуры целевой аудитории перевода, для преодоления когнитивного диссонанса требуется не

просто перевести шутки, но, скорее, заново создать их на языке перевода. Другими словами, для переводчика комедийного сериала преодоление когнитивного диссонанса заключается в порождении текста на языке перевода, который по комическому эффекту не уступал бы или приближался бы к тексту на исходном языке.

Рассмотрим еще несколько вариантов перевода сериала. В одной из серий друзья сидят в кафе Central Perk, в котором они проводят большую часть свободного времени. Рэйчел жалуется на то, что ей что-то попало в глаз, но отказывается пойти к окулисту, которого ей рекомендует Моника. Друзья начинают подшучивать над ней, показывают пальцами на свои глаза и говорят:

Monica: Hey Rach, remember that great song, Me, Myself, and I?

Rachel: Monica! Come on!

Ross: Hey, does anybody want to get some lunch? All those in favor say I!

Rachel: Ross! Stop it! Come on!

Моника: Рэйчел, помнишь классную песню «У моей подружки красные глаза»?

Рэйчел: Моника, перестань!

Росс: Я сегодня так не выспался, хоть спички в глаза вставляй!

Рэйчел: Росс, хватит! Прекрати!

Юмористический эффект в данном случае достигается за счет того, что, говоря слово *I*, и Моника и Росс показывают пальцем себе на глаз, потому что слова *eye* и *I* являются омофонами в английском языке. Во фразе, сказанной Моникой, мы обнаруживаем отсылки к культурной реалии, популярной американской песне, которая хорошо известна исходной аудитории, но незнакома или малознакома в других культурах, а потому представляет проблему при переводе. Поскольку Моника и Росс показывают пальцами себе на глаза, при переводе это невозможно игнорировать, а потому исходные объекты, на которые они указывают, должны остаться и в переводе. Переводчик понимает, что должен оставить омофоны *eye* и *I* в переводе, поскольку комический эффект строится именно на них. Однако полное

совпадение в омофонах между разными языками практически невозможно, следовательно, нужно найти способ преодоления этой проблемы. Также он понимает, что песня *Me, Myself, and I* является культурной реалией, незнакомой принимающей аудитории и в то же время содержит слово *I*, которое является омофоном *eye*.

Отметим, что песен с такими названиями нет в русской культуре. Что касается второго омофона, то можно отметить, что в русском переводе переводчик совершенно ушел от начальной фразы, использовав расхожую фразу, которую люди часто говорят, когда не выспались. Однако поскольку в переводе целостность между визуальным и звуковым каналом сохраняется, а вместе с этим и комический эффект, построенный на этой связи, можно утверждать, что явление когнитивного диссонанса оказывается преодоленным.

Вот еще один пример: от Росса уходит жена. Джоуи и Чендлер утешают его, говоря, что в мире много других женщин, но Росса интересует: вдруг для каждого мужчины предназначена только одна женщина. Джоуи не соглашается с ним, говоря, что это – то же самое, что сказать: в мире только один сорт мороженого, но ведь есть клубничное, ванильное, шоколадное, и нужно просто хватать ложку и начинать есть. Но Росс говорит:

Ross: «Grab the spoon». Do you know how long it's been since I grabbed the spoon? Do the words, «Billy, don't be a hero», mean anything to you?

Росс: «Хватай ложку». Я, вообще, забыл, как эту ложку в руках держать. Это вы мастера по столовой ложке три раза в день.

Billy, don't be a hero – популярная американская антивоенная песня 1970-х гг. В песне девушка просит молодого человека, идущего на войну, не быть героем и возвращаться скорее домой. Юмористический эффект всей фразы достигается за счет метафорического употребления словосочетания *grab the spoon* со значением *завести отношения, роман,* а цитируя слова песни, Росс намекает, что последний раз такие отношения у него были очень давно, в те времена, когда песня была популярной. Перевод всей этой фразы, несомненно, обуславливает когнитивный диссонанс переводчиков. Для русскоязычной

аудитории песня под названием «Билли, не будь героем», появись она в переводе, не сказала бы ровным счетом ничего. Однако тут можно сделать ремарку: на англоязычных форумах, посвященных сериалу «Друзья», можно встретить комментарии по поводу этой серии и песни *Billy, don't be a hero,* из которых следует, что далеко не вся англоязычная аудитория распознает в этих словах название песни 1970-х гг., особенно зрители молодого поколения и, следовательно, для них шутка теряет смысл. Поэтому, на наш взгляд, переводчик, проявив немалую изобретательность, справился с задачей перевода. Фраза «это вы мастера по столовой ложке три раза в день» по юмористическому наполнению, обрамленному в форму метафоры, максимально приближается, если и не превосходит по комическому эффекту, к фразе на языке оригинала, а вместе с этим переводчик преодолевает когнитивный диссонанс.

В следующем примере переводчикам «Друзей» приходится иметь дело с диалогом, комичность которого основана на созвучии слов *omnipotent* – всесильный и *impotent* – бессильный, импотент. Диалог происходит в кафе Central Perk, друзья обсуждают, что бы каждый из них сделал, если бы был *omnipotent.* В этот момент в кафе заходит Джоуи, к которому Моника сразу же обращается с вопросом:

Monica: What would you do if you were omnipotent?

Joey: Probably kill myself.

Monica: Excuse me?

Joey: If little Joey's dead, then I got no reason to live.

Ross: Joey, «omnipotent».

Joey: You are? Ross I am sorry. I had no idea. I thought it was a theoretical question.

Моника: Джоуи, если бы ты мог исполнить всего одно желание, что бы ты сделал?

Джоуи: Повесился.

Моника: Но почему?

Джоуи: Потому что остальные девушки мне бы этого не простили.

Росс: Джоуи, у нас тут речь не о девушках.

Джоуи: Не о девушках? Какой кошмар.

Комичность диалога держится на том, что Джоуи выстраивает ложную этимологию между словами *omnipotent* и *impotent*. Слова имеют одинаковый латинский корень и схожее звучание, а поскольку Джоуи отличается от своих друзей низким уровнем образования, совершенно не удивительно, что он путает эти слова с диаметрально противоположными значениями.

В случае с переводом на русский язык ситуация осложняется тем, что у слова *omniponent* нет эквивалента с латинским корнем, которой мог бы дать отсылку к слову «импотент». Поэтому переводчик, испытывая когнитивный диссонанс и пытаясь преодолеть его, совсем отходит от пары *omnipotent – impotent* и обыгрывает ситуацию с помощью других средств, используя популярное в русской фольклорной культуре понятие «желания». Несмотря на это, игра слов, которую создает Джоуи, полностью утрачивается в переводе, переводчику удается преодолеть когнитивный диссонанс, т.е. сохранить комический эффект, путем замены слова *omnipotent* на фразу *если бы я мог исполнить одно желание.*

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе комический эффект был рассмотрен как эстетическая категория, также изучены теории создания комического, его средства и приемы. В практической части проделан анализ приемов выражения комического эффекта на примерах из популярного американского ситкома «Друзья».

Проанализировав средства создания комического эффекта на примерах, можно сказать, что при переводе этого явления учитываются различия в структуре и узусе языков, различия национально культурных традиций. Все эти расхождения предусматривают неизбежные потери, которые, однако, можно компенсировать изменением семантической основы каламбура, созданием в переводе каламбура другого типа или в другом месте текста или использованием других приемов с аналогичными стилистическими функциями.

Во время исследования удалось выявить основные способы перевода каламбура: калькирование; калькирование с переводческим комментарием; морфологическое калькирование; создание аналогичной игры слов в языке перевода, или компенсация; опущение, преобразование.

Так же, нам удалось выявить, что одним из самых распространенных приемов передачи каламбура является прием преобразования. Однако этот прием не всегда помогает решить проблему передачи каламбура средствами другого языка, это объясняется отсутствием аналогов и эквивалентов в переводящем языке. В таких случаях жертва формы ради сохранения содержания является оправданной. Когда устойчивые словосочетания языка оригинала не имеют хождения в принимающей культуре, практика переводоведения предлагает либо калькировать исходные выражения, либо использовать описательный перевод для их передачи. Выбор описательных средств производится в каждом конкретном случае индивидуально, но решающим остается функциональный подход – попытка максимально сохранить прагматику коммуникаци.

Анализ теоретических аспектов исследования английского юмора позволил определить, что феномен комического является объектом изучения

различных наук, в частности, эстетики, философии, социологии, психологии, литературоведения, лингвистики. Комическое понимается как когнитивный феномен, проявляющийся как свойство человеческой психики отвлекаться от реальности и помогающий человеку выявить несоответствие между неполноценным, несовершенным содержанием явления и его формой. Это приводит к тому, что комическое превращается в средство речевого воздействия на коммуникативное поведение участников общения, призвано выявлять и исправлять черты личности. Хотя комическое может быть создано при участии неживых объектов, комическое немыслимо без участия человека.

Подводя итог, можно сказать, что перевод комедийных сериалов представляет собой сложную переводческую проблему, поскольку лингвосемиотическая структура текста комедийного сериала и интертекстуальность являются факторами, обуславливающими когнитивный диссонанс переводчика. Согласно теории когнитивного диссонанса в случае возникновения диссонанса индивид будет всеми силами стремиться снизить степень несоответствия между двумя своими установками, пытаясь достичь консонанса. Применительно к переводу комедийных сериалов преодоление когнитивного диссонанса для переводчика заключается в порождении текста на языке перевода, который по комическому эффекту не уступал бы или приближался бы к тексту на иностранном языке. Отсюда следует, что перевод комедийный сериалов в связи с трудностями, создаваемыми наличием игры слов и шуток, замешанных на культурных феноменах, требует невероятного мастерства от переводчиков и зачастую умения придумывать шутки.

Мы рассмотрели понятие «юмор» и определили, что это особый вид комического, сочетающий насмешку и сочувствие, и представляется, как смешная интеллектуальная способность подмечать в явлениях их комичные стороны. Юмор является неотъемлемой частью жизни людей. Он помогает нам налаживать и портить отношения, показывать уровень интеллекта, а также оптимистически воспринимать окружающий их мир.

Перевод фильмов рассматривается как синтетическое, полисемиотическое произведение в котором сочетаются вербальные и невербальные составляющие, гармонично связанных в единое целое. В любом фильме присутствует различная лексика, которая употребляется в разных значениях, с различной эмоциональной окраской и может нести, в каждом из случаев различную смысловую нагрузку.

С помощью юмора персонажи выражают отношения к друг другу и к происходящим с ними ситуациям. Данные приемы связаны с экспрессивностью, эмоциональнооценочной выразительностью, несут разоблачительную функцию и участвуют в создании образа персонажа. Также эти приемы служат для придания речи образности и выражения эмоционально – экспрессивной оценки.

Благодаря рассмотренным примерам, можно сказать что в ситкоме «Друзья», чаще всего используется черный юмор, гротескные фарсовые ситуации, обыгрывание значений. С одной стороны, автор использует такие русские эквиваленты, которые звучат даже более экспрессивно, чем в оригинале, чтобы не потерять комического эффекта. С другой – заменяет более экспрессивные единицы оригинала, обычно непристойные высказывания, на нейтральные, не уменьшая, при этом, комедийности произведения.

Итак, исследовав способы перевода юмора в комедийном сериале «Друзья», можно выделить проблемы для дальнейшего исследования, такие как вариативность русского перевода, сохранение национального юмора другой культуры, использование авторских неологизмов. Так же несомненный интерес представляет изучение каламбура в различных функциональных стилях. От удачного перевода напрямую зависит художественно – эстетическая ценность фильма и впечатление, которое он производит на зрителя. Поэтому становится очевидна необходимость дальнейших подробных исследований.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Арнольд, И.В. Стилистика. Современный английский язык / И.В Арнольд, И.В. Баранова. – М. : Флинта, 2009. – 390 с.

2 Бандурина, Н.С. Особенности интерпретации феномена комического в историко-литературном и философском контексте // Вестник Ивановского государственного энергетического университета. – 2012. – №3. – С. 68–73.

3 Бергсон, А. Смех / А. Бергсон. – М. : Искусство, 1992. – 127 с.

4 Борев, Ю.Б. Эстетика / Ю.Б Борев. – Смоленск: Русич, 1997. – 511 с.

5 Бутовская, М.Л. Язык тела. Природа и культура (эволюционные и кросс–культурные основы невербальной коммуникации человека) / М.Л. Бутовская. – М. : Научный мир, 2004. – 440 с.

6 Бычков, В.В. Эстетика / В.В Бычков. – М. : Гардарики, 2004. – 556 с.

7 Виноградов, В. С. Введение в переводоведение / В. С. Виноградов. – М. : ИОСО РАО, 2001. – 224 с.

8 Гайдук, В.П. «Тихий» перевод в кино // Тетради переводчика. №15. М. : 1978. – 155 с.

9 Гегель, Г.В.Ф. Эстетика / Г.В.Ф Гегель. – М. : Искусство, 1971. – 623 с.

10 Горшкова, В.Е. Перевод в кино в XXI веке: статус, проблемы, перспективы / В. Е. Горшкова // Вестник. – 2013. – № 5. – С. 54–62.

11 Горшкова, В.Е. Перевод в кино: дублирование vs субтитры / В.Е. Горшкова // Вестник. – 2006. – № 7. – С. 132–140.

12 Гридина, Т.А. Языковая игра: стереотипы и творчество / Т.А. Гридина. – Еатеринбург, 1996. – 214 с.

13 Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка / В.И. Даль. – СПб. : Флинта, 1863. – 877 с.

14 Донченко, А.Ю. Проблема переводов каламбуров в художественных фильмах / А.Ю. Донченко, Н.А. Каширина // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 4. – С. 76–79.

15 Евстигнеева, Т.А. Учет национальной специфики русского юмора в процессе обучения / Т.А. Евстигнеева. – СПб. : Астрель, 2004. – 22 с.

16 Жуланова, Е.В. Возможности передачи и восприятия культурной специфики комического дискурса в условиях кинoперевода / Е.В. Жуланова, И.К. Федоров // Вестник. – 2014. – № 3. – С. 54–60.

17 Зайченко, С.С. К вопросу о знаковой неоднородности кинодискурса / С.С. Зайченко // Вестник. – 2013. – № 5. – С. 96–99

18 Кант, И. Критика способности суждения // Сочинения: В 6 т. – Т. 5 / под. общ. ред. А.В. Гулыги. – М. : ЧОРО, 1994. – 630 с.

19 Карасик, А.В. Лингвокультурные характеристики английского юмора / А.В. Карасик. – Волгоград, 2001. – 196 с.

20 Латышев, Ю.В. Феномен юмора в социально-информационном взаимодействии: теоретико-методологический анализ / Ю.В. Латышев. – Новосибирск, 2003. – 147 с.

21 Макарян, А. О сатире / А. Макарян. – М. : Советский писатель, 1967. – 381 с.

22 Мишина, О.В. Средства создания комического в видеовербальном тексте / О.В. Мишина. – Самара, 2007. – 131 с.

23 Оболенская, Ю.Л. Художественный перевод и межкультурная коммуникация / Ю.Л. Оболенская. – М. : Высшая школа, 2006. – 332 с.

24 Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов. – М. : Кузьма, 1992. – 944 с.

25 Райс, К. Классификация текстов и методы перевода // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. М. : 2002. С. 202–228.

26 Сафонова, Е.В. Формы, средства и приёмы создания комического в литературе // Молодой ученый. – 2013. – №5. – С. 474–478.

27 Сырцова, Е.Ф. Прагматика смешного на материале американских анекдотов / Е.Ф. Сырцова // Лингвистика – 2014. – № 3. – С. 31–42.

28 Федорова, И.К. Кинотекст в инокультурной среде: к проблеме построения моделей культурных переносов / И.К. Федоров а// Вестник. – 2011. – № 1. – 90 с.

29 Фестингер, Л. Теория когнитивного диссонанса / Л. Фестингер / пер. с

англ. А. Анистратенко, И. Знаешева. – СПб. : Ювента, 1999. – 318 с.

30 Фрейд, З. Остроумие и его отношение к бессознательному / пер. с нем. Р. Додельцев. – М.: Азбука-Аттикус, 2011. – 288 с.

31 Худавердова, Н.П. Комическое и смех в истории мировой эстетической мысли / Н.П. Худавердова // История философии. – 2011. – № 5. – С. 95–113.

32 Челышева, И.В. Теория и история российского медиаобразования: учеб. Пособие / И.В. Челышева. – М. : Директ–Медиа, 2013. – 266 с.

33 Числова, Н.М. «Юмор» как средство выражения радости в межкультурном общении / Н.М. Числова. – М. : Директ-Медиа, 2008. – 110 с.

34 Шестаков, В.П. Английская литература и английский национальный характер / В.П. Шестаков. – СПб. : Нестор-История, 2010. – 312 с.

35 Ярмина, Т.Н. Английский юмор в лингвистике и аспекты комического /

36 Т. Н. Ярмина // Вестник. – 2009. – № 3 – 187 с.

37 Dynel, M. Blending the Incongruity-Resolution Model and the Conceptual Integration Theory: The Case of Blends in Pictorial Advertising // International Review of Pragmatics. Leiden: BRILL, 2011. Vol. 3. № 1. P. 59–83

38 Dynel, M. Humorous Garden-Paths: A Pragmatic-Cognitive Study. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2009. – 315 p.

39 Kolbert, E. The Conception and Delivery of a Sitcom: Everyone's a Critic. New York Times, 1994. – 320 p.

40 Giora, R. On Our Mind: Salience, Context, and Figurative Language. N. Y. : Oxford University Press, 2003. 272 p.

41 Hatim, B. Discourse and the Translator/B. Hatim and I. Mason. – N. Y. : Longman, 1990. – 272 p.

42 Marshall Jill. The Language of Television/Jill Marshall and Angela Werndly. – London : Routledge, 2002. – 117 p.

43 Parret, H. Contexts of Understanding. – Amsterdam: John Benjamin PC, 1980. – 109 p.

44 Raskin, V. Semantic Mechanisms of Humor. – Dordrecht, Boston; Lancaster: D. Reidel Publishing Company, 1985. – 284 p.

45 The Oxford Russian Dictionary. – Oxf. : Oxford University Press, 1994. – 1295 p.

46 Ziv, A. Humor as a Social Corrective // Writing and Reading across the Curriculum. 3rd ed. Glenview, IL: Scott, Foresman and Company, 1988. – 360 p.ф