

УДК 81.25

С.И. Калинина, М.М. Степанова

*Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого (Россия)*

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЙ ПЕРЕВОДА АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ НОВОСТНЫХ СООБЩЕНИЙ

Рассмотрены особенности перевода аудиовизуальных новостных материалов и вопросы обучения данному виду перевода. Проанализированы последние научные исследования в данной области переводоведения. Представлены результаты исследования предпочтений российских зрителей в сфере аудиовизуальных новостных материалов. Особое внимание уделено влиянию средств массовой информации на общество и разработке оптимальной стратегии перевода для адекватной адаптации и локализации новостных сообщений.

**АУДИОВИЗУАЛЬНЫЙ ПЕРЕВОД; АДАПТАЦИЯ; ЛОКАЛИЗАЦИЯ; ПЕРЕВОД
НОВОСТНЫХ СООБЩЕНИЙ; ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ;
АУДИОВИЗУАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Аудиовизуальные материалы уже прочно заняли место в современном мире как основное средство массовой коммуникации. Поток аудиовизуальной информации, в частности, новостных сообщений, регулярно возрастает, следовательно, возрастает потребность в переводе данных сообщений в целях осуществления коммуникации и расширения целевой аудитории. При этом аудиовизуальный перевод является молодой областью переводоведения. На данный момент в широком дидактическом обороте отсутствуют структурированные методологические рекомендации, в частности, переводческие стратегии и критерии оценки качества аудиовизуального перевода новостных сообщений.

Методика обучения аудиовизуальному переводу также находится в зачаточном состоянии. Имеются отдельные несистематические публикации в этой области, в частности, А.В. Козуляева [1],[2], Р.А. Матасова [3], Т.В. Привороцкой и С.К. Гураль [4], но единого подхода к обучению переводу аудиовизуальных материалов до сих пор не выработано. Это приводит к необходимости изучения особенностей аудиовизуальных материалов с целью последующей разработки практических рекомендаций для обучения этому виду перевода.

В ходе проведенного исследования были изучены лингвистические и экстралингвистические особенности аудиовизуальных новостных материалов, приемы перевода данных материалов, а также языковые средства, определяющие адекватность перевода новостных сообщений. Основной целью исследования стала систематизация рекомендаций для

выработки эффективной стратегии перевода аудиовизуальных новостных материалов.

Аудиовизуальный перевод – одна из самых актуальных областей современного переводоведения. Он представляет собой перевод вербального компонента видеозаписи, подразумевающий синхронизацию как вербальных, так и невербальных компонентов [5]. Аудиовизуальный перевод нельзя отнести ни к письменному, ни устному переводу, поскольку информация поступает к реципиенту сразу по нескольким каналам восприятия. В настоящее время аудиовизуальный перевод применяется во многих сферах жизни, например, при переводе фильмов, телевизионных программ, новостей, рекламных роликов, видеоигр и анимации. Тем не менее, данная область пока не была подробно исследована. В российской науке и практике рассмотрение аудиовизуального перевода почти исключительно сводилось к изучению киноперевода, теоретической базой которого стали труды Ю.М. Лотмана [6] и Ю.Н. Тынянова [7], написанные еще в 70-х годах прошлого века. Перевод новостных материалов как особого вида аудиовизуального текста до сих пор не привлекал внимания исследователей.

Прежде всего, следует рассмотреть основные техники аудиовизуального перевода, которые включают в себя дублирование, субтитрование и закадровый перевод.

Дублирование является межъязыковой техникой аудиовизуального перевода, которая предполагает полное замещение звуковой дорожки на исходном языке (ИЯ) звуковой дорожкой на переводящем языке (ПЯ). Перевод, совпадающий артикуляционно с изображением на экране также известен как «укладка» или «липсинк». Важным аспектом дублирования является эквивалентность влияния на целевую аудиторию аудиовизуального материала на ПЯ влиянию оригинального материала. Именно поэтому требуется адаптация и локализация текста. Различают два вида дубляжа: 1) каждая роль озвучивается отдельным актером; 2) все мужские персонажи озвучиваются одним актером, и соответственно все женские персонажи озвучиваются одной актрисой.

Субтитрование является представлением текста на ПЯ в виде субтитров, чаще всего в нижней части изображения или экрана. Обычно субтитры располагают в две строки. Они появляются и исчезают координированно с текстом на ИЯ и, как правило, добавляются к аудиовизуальному контенту на этапе монтажа.

Закадровый перевод представляет собой перевод сообщения в синхронизированном режиме и обычно используется для монологов, например, ответов на вопросы в интервью. Эта техника перевода не учитывает акценты, региональные диалекты или другие индивидуальные особенности говорящего [8].

При выборе техники аудиовизуального перевода первым фактором, который следует учитывать, является страна целевой аудитории. В разных странах сложились различные традиции аудиовизуального перевода. Дублирование широко распространено в России, Германии, Франции и ряде

других европейских стран. В небольших европейских странах, а также в двуязычных странах, например, Швейцарии, Люксембурге, Бельгии и Дании обычно используют субтитрование [9]. Превалирование определенной техники перевода обуславливается культурными и историческими причинами, и общество не склонно менять свои предпочтения.

В последние годы в России наблюдается тенденция ухода от дублирования, и доминирующей техникой аудиовизуального перевода становится субтитрование. При создании субтитров переводчику зачастую приходится формировать итоговый текст учитывая целый ряд внешних параметров, из-за того что субтитры «зажаты» во времени и пространстве [10]. В наши дни к важным факторам, которые необходимо учитывать при субтитровании, относятся также устройства показа, так как субтитрование фильмов для электронных устройств с относительно маленькими экранами (планшеты, смартфоны), требуется «подгонять» перевод для того, чтобы чтение с маленького экрана было возможно.

В целях получения новых и более полных данных о предпочтениях российской целевой аудитории аудиовизуального перевода был проведен опрос «Новостные сообщения: исследование предпочтений российских зрителей», который состоял из 14 закрытых и полузакрытых (респондентам давалась возможность предложить свой вариант ответа) вопросов. Исследование охватывает достаточно широкую аудиторию: участие в опросе приняло более 50 человек разных возрастных категорий (начиная с подросткового возраста), представляющих различные сферы трудовой и научной деятельности (медицинские, химико-биологические, естественные, физико-математические, инженерно-технические, гуманитарные, социально-экономические науки и т.д.).

По результатам опроса, более 60% респондентов предпочитает смотреть новости в интернете, а около 35% смотрят новости по телевидению. Наиболее популярные российские новостные каналы отображены на Рис. 1, а зарубежные новостные каналы, которые предпочитают российские зрители, показаны на Рис. 2.

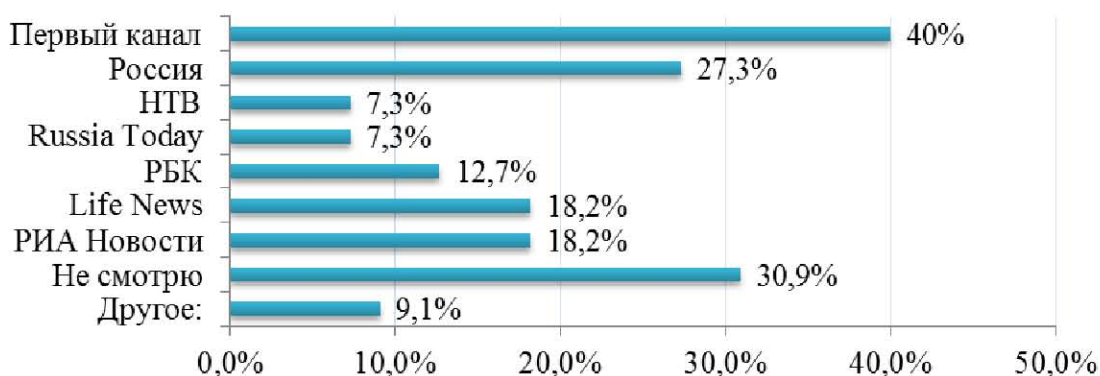


Рис. 1. Наиболее популярные российские новостные каналы

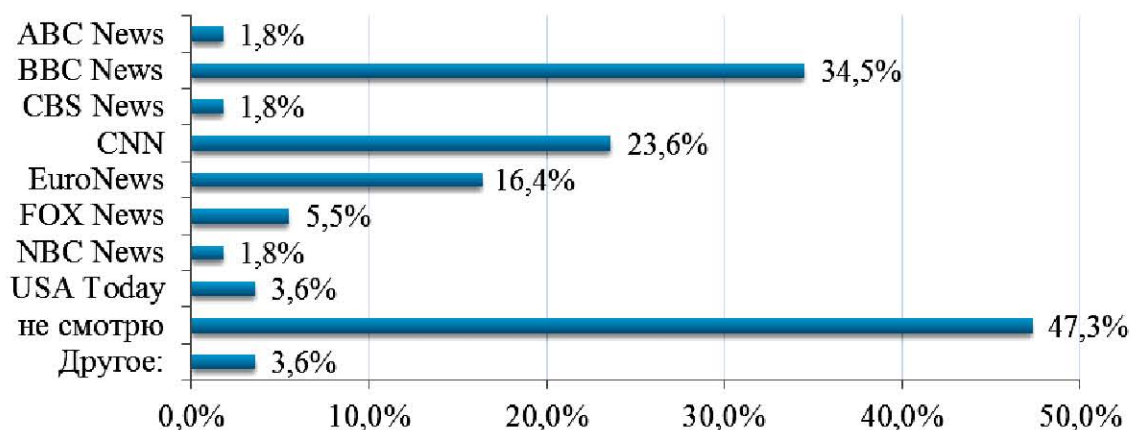


Рис. 2. Наиболее популярные зарубежные новостные каналы

На гистограммах (Рис.1, 2) видно, что большинство зрителей предпочитает смотреть российские новости, а половина зрительской аудитории не смотрит зарубежные новости вообще (респонденты могли выбирать несколько предпочитаемых источников, на гистограммах указан процент от общего числа опрошенных).

При этом уровень доверия информации, поступающей из новостей, довольно низкий: около 27% зрителей доверяют информации, поступающей из российских новостных каналов, 21% больше доверяют зарубежным источникам, а более 50% не доверяют ни тем, ни другим.

Следует отметить, что частично данные результаты обусловлены низким качеством перевода и недостаточной информированностью населения. Адекватный перевод новостных сообщений, транслируемых иностранными средствами массовой информации, позволит получить более широкое представление о мировых событиях и увидеть происходящее в новом свете. Возможность анализировать разносторонние позиции и формировать собственное мнение повысит уровень доверия новостным каналам.

Подавляющее большинство зрителей (более 80%) предпочитают смотреть новости на русском языке, несмотря на то, что лишь 10% не владеют хотя бы одним иностранным языком на достаточном уровне для просмотра иноязычных новостных сообщений на языке оригинала. Этим обусловлена необходимость перевода данных аудиовизуальных материалов.

Кроме того, результаты опроса подтверждают вышеупомянутую тенденцию перехода от дублирования к субтитрованию: 50% зрителей предпочитают субтитрованные новости, 25% выбрали дубляж, и 25% – закадровый перевод. Таким образом, именно субтитрование следует рассматривать как основную технику аудиовизуального перевода, наиболее актуальную для современной российской медиа-сферы.

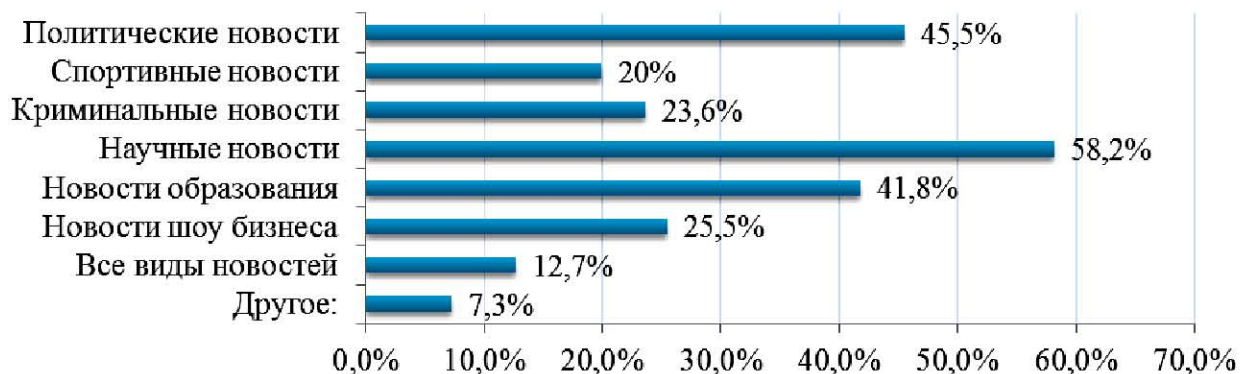


Рис. 3. Наиболее востребованные виды новостных сообщений

По данным гистограммы на Рис.3 видно, что больше всего россияне интересуют новости науки (25%), образования (18%) и политики (респонденты могли выбирать несколько предпочитаемых видов новостей, на гистограмме указан процент от общего числа опрошенных).

При переводе новостей из области науки следует придерживаться базовых принципов перевода научных текстов. Прежде всего, необходимо сохранить логическое ударение сообщения на языке оригинала и сохранить основные особенности научного текста: объективности, последовательность, сниженную эмоциональность. На лексическом уровне важно обращать внимание на термины, единицы измерения, многозначные слова, аббревиатуры. Также необходимо выдерживать научный стиль сообщения, либо адаптировать его для более широкого круга зрителей, т.е. использовать научно-популярный стиль, в зависимости от целевой аудитории сообщения на ПЯ. Кроме того, как правило, переводчик должен обладать знаниями в соответствующей предметной области.

При переводе политических новостей страна целевой аудитории играет ключевую роль. Политические новостные сводки почти никогда не бывают беспристрастны, поэтому важно ознакомиться с официальными позициями государств по конкретному вопросу для соблюдения политической корректности. Следует помнить, что новости являются формой дискурсивного оружия, одним из типов информационного оружия. Это средства, технологии и методы, которые применяются с целью производства контента, оказывающего необходимое воздействие на целевую аудиторию, для борьбы с противником или конкурентом. Результаты психолингвистических и социолингвистических исследований часто используются при создании новостей. Психология речевого воздействия и массовых коммуникаций рассматривает восприятие аудиторией различных текстов, транслируемых по телевидению, а также их влияние на человеческое сознание. Эти данные используются для повышения эффективности политической и пропагандистской деятельности [9]. В рамках политической психологии и психологии массовых коммуникаций и рекламы применяются

психолингвистические инструменты, такие как механизмы речевого воздействия. Переводчик должен иметь это в виду, например, выбирая конкретные слова из списка синонимов.

Выбор наиболее результативной стратегии перевода – это первая трудность, с которой сталкивается переводчик. В теории перевода под термином «переводческая стратегия» понимается набор правил и принципов, которых придерживается переводчик для максимально эффективного достижения цели, определяемой переводческой ситуацией. Разница между переводческой стратегией и техникой перевода заключается в степени использования. Переводчик может использовать все доступные техники перевода в конкретных ситуациях, чтобы адаптировать текст к ПЯ и культуре, и при этом придерживаться одной глобальной стратегии перевода [5]. Одной из современных тенденций является разработка подобных глобальных стратегий, которые рекомендуется использовать переводчикам при работе с любыми материалами в рамках одной области. Учитывая специфику аудиовизуального перевода (например, диалекты и акценты), данный вид перевода требует применения уникальной переводческой стратегии. При подготовке переводчиков необходимо обучать использованию этих стратегий.

Выше был рассмотрен первый шаг переводческой стратегии, применимой для работы с аудиовизуальными новостными материалами, – выбор техники аудиовизуального перевода с учётом страны целевой аудитории. Однако существуют и другие принципы и правила, которые следует соблюдать. Аудиовизуальный перевод требует сочетания в переводчике навыков, способностей и теоретических основ ряда научных дисциплин и профессий [1]. Для осуществления максимально адекватного перевода аудиовизуальных новостных материалов будет предложена переводческая стратегия, базирующаяся на комбинации двух фундаментальных техник: локализации (адаптации) и стандартизации.

Локализация представляет собой набор приёмов с общей конечной целью – передача оригинального текста с сохранением эффекта, который он производит на целевую аудиторию, при помощи адаптации языковых, социальных и культурных особенностей. Адаптация – более широкое понятие, которое может включать не только переработку текста для конкретной культурной группы, но и для людей различных возрастных, социальных, профессиональных групп и т.д. Техника локализации является универсальной для всех видов аудиовизуального перевода и подходит для любых аудиовизуальных материалов. Вторая техника, стандартизация, в основном применима исключительно для аудиовизуального перевода новостей. Основным принципом стандартизации является использование «стандартного» варианта языка, без передачи индивидуальных речевых особенностей. При переводе новостных сообщений в данном аспекте не закладывается художественная или фактическая информация, кроме того, транслируемая речь должна соответствовать лексическим и грамматическим нормам ПЯ. При этом каждый новостной репортаж имеет свои особенности,

которые также следует учитывать, придерживаясь данных универсальных рекомендаций.

Прикладная значимость данного исследования определяется возможностью применения его результатов практикующими переводчиками, работающими в медиа-сфере, а также работниками сферы средств массовой информации для создания качественных новостных материалов, рассчитанных на широкую аудиторию, в том числе, на носителей других языков. Кроме того, эти результаты могут использоваться преподавателями для обучения данному виду перевода.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. **Козуляев А.В.** Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности и особенности обучения данному виду перевода // в сб. конф. XVII Царскосельские чтения. Мат-лы междунар. науч. конф. 23–24 апр. 2013 г. Том I. Под общ. ред. проф. В.Н. Скворцова. 2013. № 17/1. С. 374–381. ISBN: 978-5-8290-1318-9 (т. I)
2. **Козуляев А.В.** Обучение динамически эквивалентному переводу аудиовизуальных произведений: опыт разработки и освоения инновационных методик в рамках школы аудиовизуального перевода // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. 2015. № 3(13). С. 3–24.
3. **Матасов Р.А.** Методические аспекты преподавания кино/видеоперевода // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2009. № 94. С. 155–166.
4. **Привороцкая Т.В., Гураль С.К.** Обучение аудиовизуальному переводу посредством анализа кинодискурса // Язык и культура. 2016. № 1(33). С. 171–180. DOI: 10.17223/19996195/33/14
5. **Matkivska N.** Audiovisual Translation: Conception, Types, Characters' Speech and Translation Strategies Applied // Kalbu Studijos. 2014. № 25. pp. 38–44.
6. **Лотман Ю.М.** Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллинн: Ээсти раамат, 1973. 140 с.
7. **Тынянов Ю.Н.** Поэтика. История литературы. Кино. Об основах кино. М.: Наука, 1977. 576 с.
8. **Valdeón García R.A.** Political and Sexist Bias in News Translation: Two Case Studies // TRANS: revista de traductología. 2007. № 11. pp. 231–246.
9. **Земцов С.С., Крапивкина О.А.** Особенности английских фразеологизмов с фитонимами // European Student Scientific Journal. 2014. № 3. 5 p. ISSN 2310-3094; URL: <https://sjes.esrae.ru/ru/article/view?id=286>
10. **Neves J.** Audiovisual Translation: Subtitling for the Deaf and Hard-of-Hearing // Unpublished doctoral dissertation, Roehampton University, United Kingdom. 2005. 357p. [Электронный ресурс]: <http://roehampton.openrepository.com/roehampton/bitstream/10142/12580/1/neves%20audiovisual.pdf> (23.09.2016).

Калинина Светлана Игоревна – магистрант кафедры «Лингводидактика и перевод» Гуманитарного Института, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: svetlanawwkalinina@mail.ru.

Kalinina Svetlana I. – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; 195251, Politekhnikeskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: svetlanawwkalinina@mail.ru.

Степанова Мария Михайловна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Лингводидактика и перевод» Гуманитарного Института, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: info@terralinguistica.ru.

Stepanova Maria M. – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; 195251, Politekhnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: info@terralinguistica.ru.

DEVELOPMENT OF TRANSLATION STRATEGIES FOR AUDIOVISUAL NEWS REPORTS

The article deals with the features of audiovisual translation of news reports and teaching guidelines for this type of translation. The literature and relevant scientific studies on the topic are analysed. The article also represents the results of the survey considering the preferences of Russian viewers in terms of audiovisual news content. The authors pay special attention to the influence of mass media on the society and the elaboration of applicable translation strategy, based on the principles of adaptation, localization and standardization.

AUDIOVISUAL TRANSLATION; ADAPTATION; LOCALIZATION; NEWS TRANSLATION; TRANSLATION STRATEGY; AUDIOVISUAL MASS MEDIA.

© Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2016