

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«ГЛАЗОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
имени В. Г. Короленко»**

ЯЗЫКИ И ЭТНОКУЛЬТУРЫ ЕВРОПЫ

**Всероссийская научно-практическая конференция
с международным участием, посвящённая юбилею
доктора филологических наук, профессора
Натальи Николаевны Ореховой**

23–24 ноября 2010 г.

Глазов 2010

УДК 80
ББК 81.2
Я41

Языки и этнокультуры Европы: Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием, посвящённая юбилею доктора филологических наук, профессора Натальи Николаевны Ореховой / Глазов. гос. пед. ин-т. – Глазов, 2010. – 280 с.

ISBN 978-5-93008-126-8

Редакционная коллегия:

В. М. Широких (отв. редактор), канд. филол. наук, доцент,

Н. Н. Орехова, д-р филол. наук, профессор,

И. Ю. Лыскова, канд. филол. наук,

Е. Э. Калинина, канд. филол. наук, доцент

УДК 80
ББК 81.2

ISBN 978-5-93008-126-8

© Глазовский государственный
педагогический институт, 2010

тым требованиям текстовый материал, в свою очередь, обеспечит успешность формирования навыков и умений в этом виде перевода в контексте подготовки переводчика-экономиста в сфере профессиональной коммуникации.

Список литературы

1. *Гавриленко, Н.Н.* Теория и методика обучения переводу в сфере профессиональной коммуникации / Н.Н. Гавриленко. – М.: НТО им. Вавилова, 2009. – 180 с.
2. *Комиссаров, В.Н.* Современное переводоведение / В.Н. Комиссаров. – М.: ЭТС, 2004. – 424 с.
3. *Миньяр-Белоручев, Р.К.* Теория и методы перевода / Р.К. Миньяр-Белоручев. – М.: Московский лицей, 1996. – 208 с.
4. *Швейцер, А.Д.* Теория перевода / А.Д. Швейцер. – М.: Наука, 1988. – 216 с.

О. П. Кузьева,

Удмуртский государственный университет

ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ОШИБКИ КАК ФАКТОР КОММУНИКАЦИИ

(на материале англоязычных аудиовизуальных текстов)

Взаимосвязь различных направлений современной науки расширила круг изучаемых явлений, связанных с передачей и восприятием информации. В последнее время в рамках теории перевода появляется все больше исследований, посвященных переводу многомерных, полисемиотических текстов – кинофильмов, телепрограмм, компьютерной продукции и т.д. Возросший научный интерес к аудиовизуальному переводу объясняется все большей технологизацией общества и тенденцией к визуализации современного информационного поля.

Следует отметить, что несмотря на очевидный интерес исследователей к подобному роду текстов категориальный аппарат данного раздела теории перевода не отличается единообразием. Различные ученые предлагают несколько терминов для обозначения текстов, сопровождаемых видеорядом. Например, широко известен термин «креолизованные тексты», который принадлежит отечественному лингвисту Ю.А. Сорокину. Креолизованные тексты – это тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей (вербальной и

невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык). В качестве примеров автор приводит кинотексты, тексты радиовещания и телевидения, средства наглядной агитации и пропаганды, плакаты, рекламные тексты [2, с. 181].

Ведущее место среди креолизованных (или аудиовизуальных) текстов принадлежит художественным фильмам, т.к. кино является самым массовым из искусств, поставщиком моделей поведения для среднего носителя современной культуры. Исследователь Г.Г. Слышкин предлагает такое определение состава художественного аудиовизуального текста: лингвистическая и нелингвистическая семиотические системы, оперирующие знаками различного рода. Лингвистическая система в аудиовизуальном тексте представлена двумя составляющими:

- 1) письменной (титры и надписи, являющиеся частью мира фильма);
- 2) устной (звучащая речь актеров, закадровый текст, песни и т.д.).

Нелингвистическая система аудиовизуального текста включает:

- 1) звуковую часть (естественные и технические шумы, музыка);
- 2) видеоряд (образы персонажей, движения персонажей, пейзаж, интерьер, реквизит, спецэффекты).

Все указанные элементы особым образом организованы и находятся в неразрывном единстве [1, с. 17–18].

Являясь знаковой системой, аудиовизуальный текст выполняет и коммуникативную функцию. Существует отправитель-режиссер, который передает через аудиовизуальный канал некое сообщение получателю-зрителю. Цель отправителя – создать некоторый коммуникативный эффект, вызвать у зрителя определенную реакцию. Восприятие кино происходит на эмоциональном или на эмоционально-интеллектуальном уровне, это обязательно уровень активности. При этом зритель извлекает информацию общую для всех и информацию индивидуальную.

Не следует забывать о том, что фильм не только является сообщением, предназначенным получателю, но и представляет собой цепочку фиктивных коммуникативных актов между персонажами фильма. Каждая реплика, произнесенная героем, формально адресована другим персонажам фильма, однако фактически она предназначена для зрительской аудитории. Подобную коммуникативную «двуслойность» аудиовизуального текста необходимо принимать во внимание при переводе текста на иностранный язык.

Переводчик, работающий с аудиовизуальным текстом, должен учитывать не только языковое оформление каждого высказывания и его смысл, обусловленный коммуникативной ситуацией на экране, но и так называемое «первичное намерение» изначального отправителя, т.е. тот эффект, который создатели фильма надеются произвести на зрителя при помощи данного высказывания. Несоблюдение данного правила приводит к многочисленным переводческим ошибкам и искажению смысла оригинала.

Анализ переводов англоязычных художественных фильмов позволил выделить следующие группы переводческих ошибок, препятствующих достижению коммуникативной эквивалентности при переводе: процессуальные, лексические, стилистические и культурологические ошибки. Остановимся на каждой группе подробнее.

Так называемые процессуальные ошибки возникают вследствие определенных факторов и ограничений, связанных с условиями работы переводчиков аудиовизуальных текстов: сжатые сроки выполнения работы и частая необходимость переводить без опоры на скрипт. В результате появляются многочисленные грубые ошибки, вызванные неправильным восприятием переводчиком определенных слов на слух. Подобные ошибки чаще всего встречаются при такой форме аудиовизуального перевода, как закадровый перевод.

Самый большой пласт ошибок при переводе аудиовизуальных текстов составляют лексические ошибки: ошибки при выборе соответствия, буквализмы, вольности, ошибки при переводе «ложных друзей переводчика», а также ошибки, нарушающие нормы языка перевода. Данный тип ошибок приводит к искажению смысла оригинала, тем самым препятствует передаче сообщения, заложенного автором.

Стилистические ошибки связаны с тем, что переводчику не всегда удается распознать тот или иной стилистический прием, использованный автором с целью добиться определенного эффекта. Зачастую переводчики аудиовизуальных текстов завышают или занижают стиль речи героев или не справляются с передачей приема игры слов, что влечет за собой искажение образа персонажей и нарушает коммуникацию.

Аудиовизуальные тексты (в частности, художественные фильмы) являются одним из основных средств передачи культурных стереотипов и особенностей. В связи с этим предлагаем выделить еще одну группу переводческих ошибок, которую назовем культурологическими ошибками. Подобные ошибки приводят к искаженному восприятию зрителями тех или иных элементов иностранной куль-

туры. Такие ошибки могут быть вызваны незнанием реалий и интертекстуализмов исходной культуры, а также неумением распознавать фразеологические единицы, содержащиеся в оригинале.

В результате проведенного исследования мы пришли к выводу о том, что неадекватный перевод приводит к различиям коммуникативных интерпретаций одной и той же картины, что ведет к следующим нарушениям коммуникации:

- 1) искажение образа персонажей;
- 2) изменение в системе отношений между персонажами;
- 3) искажение жанровой принадлежности фильма;
- 4) нарушение передачи коммуникативной ситуации;
- 5) потеря прагматического эффекта.

Каждый переводчик обязан предупреждать появление в своих переводах подобного рода ошибок, а также искать наиболее удачные варианты перевода, чтобы сохранить коммуникативный потенциал фильма и интенцию «изначального отправителя», т.е. автора фильма. Необходимо добиться того, чтобы картина оказала на вторичную целевую аудиторию, т.е. на заграничного потребителя, такой же эффект, как и на первичную целевую аудиторию. Нередко некачественно выполненные переводы какого-либо художественного фильма отрицательно сказываются на успехе картины. В этой связи роль переводчика художественных фильмов оказывается неопределимо важной. Работа переводчика влияет не только на восприятие фильма зрителями, но и на коммерческий успех картины.

Список литературы

1. *Слышкин, Г.Г.* Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) / Г.Г. Слышкин. – М.: Водолей Publishers, 2004.
2. *Сорокин, Ю.А.* Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю.А. Сорокин // Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990.

*А. Ю. Миронина,
Вятский государственный гуманитарный университет*

К ВОПРОСУ О СПОСОБАХ ОБРАЗОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЭВФЕМИЗМОВ

Вопрос языковой техники эвфемизации подробно рассматривался в работах Л.П. Крысина (1996), В.П. Москвина (1998), Allan &