

И. А. Наговицына

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО КАК ФАКТОР ВОСПРИЯТИЯ КОМИЧЕСКОГО В КИНОТЕКСТЕ И ПЕРЕДАЧА ЮМОРА В СИТУАТИВНОЙ МОДЕЛИ ПЕРЕВОДА

Санкт-Петербургский государственный университет, Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

В статье на основе выборки юмористических ситуаций из англоязычных комедийных фильмов и их переводов на русский язык рассматриваются возможности сохранения в ситуативной модели перевода комического эффекта, формируемого соположением в одном контексте двух или более семантических сценариев неравнозначной информационной насыщенности и/или амбивалентностью объема знаний о ситуативном контексте у участников коммуникации. Библиогр. 30 назв.

Ключевые слова: юмористическая коммуникация, семантический сценарий, информационное поле, кинотекст, киноперевод, ситуативная модель перевода.

PERCEIVING HUMOR THROUGH INFORMATIONAL ADVANTAGE AND TRANSLATING SCREEN HUMOR IN DENOTATIVE MODELS

I. A. Nagovitsyna

St. Petersburg State University 7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

This paper argues for the effectiveness of using denotative models in translating audiovisual humor. The rationale for that lies, primarily, in the nature of screen humor under consideration and the fundamental ideas shaping the translation model. Whatever language we speak, we live in and perceive a common reality, i.e. a linguistic code, with minor exceptions, conceals familiar objects and phenomena. Thus, a translation is supposed to describe the situation/denotata of the source text by the linguistic means available in the target language. The model is highly applicable for humorous contexts which normally combine at least two denotative scripts shaping a cognitive incongruity. The paper analyses incongruities based on the informational advantage. The advantage implies an increased awareness about at least one of the scripts in at least one of the communication parties. Another major advantage of the denotative translation model is that it allows for spatial and phonetic synchronization crucial for an audiovisual text as a complex semiotic structure. Refs 30.

Keywords: humor and communication, semantic script, information advantage, audiovisual text, screen translation, denotative model of translation.

Цель настоящей статьи — рассмотреть влияние информационного преимущества в рамках кинодиалога при переходе от серьезной коммуникации к юмористической и проанализировать эффективность применения ситуативной модели перевода для сохранения комического эффекта оригинального текста на языке перевода. Статья написана на материале англоязычных комедийных фильмов и их переводов на русский язык.

Вводные замечания

Любой вид коммуникации, включая шуточную или юмористическую, подразумевает передачу информации. Качество и полнота восприятия получаемой информации будет зависеть от целого набора факторов, среди которых важным для целей данной статьи является объем знаний участников коммуникации. Под объемом знаний подразумеваются не только фоновые знания коммуникантов о раз-

личных ситуациях и объектах окружающего мира, накопленные на протяжении их познавательной деятельности, но и информационная осведомленность об отрезке действительности, представляющем денотативное содержание сообщения, узком и широком коммуникативном контекстах. Адресат и адресант могут осуществлять коммуникацию в рамках двух или более информационных полей, не совпадающих по объему смысловой насыщенности, но имеющих при этом общие точки соприкосновения, т. е. совпадающие семы или ассоциативные связи. В теории юмористической коммуникации такие информационные поля обычно называются сценариями, а одним из базовых требований к комическому тексту является их контрастивное соположение. Так как индикация комического происходит благодаря системе универсальных и индивидуальных когнитивных структур, непосредственно связанных с восприятием окружающего мира и объектов действительности, представляется, что ситуативная модель перевода является наиболее эффективной переводческой моделью передачи аудиовизуального юмора на иностранном языке.

Сценарии и их взаимодействие в юмористической коммуникации

В исследованиях юмора всегда фигурирует, в той или иной языковой форме, понятие сценария и двойственности/амбивалентности как средства представления сценариев в неожиданном ракурсе и создания условий для неоднозначной, двусмысленной трактовки одного и того же контекста, что, в конечном итоге ведет к созданию комического эффекта [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9]. Так, например, Артур Кёстлер, автор одной из семиотических теорий юмора — когнитивной бисоциативной модели, утверждает, что комическое является результатом внезапной бисоциации, которая определяется им как «одновременное восприятие ситуации или идеи в рамках двух самостоятельных, но обычно несовместимых систем координат» [10, p. 35]. Виктор Раскин, исследователь лингвистического юмора и разработчик теории семантических сценариев («semantic scripts»), считает, что предполагать наличие комической коммуникации можно, имея два сценария, находящихся в отношениях оппозиции. Сценарий, в свою очередь, определяется как структурированный комплекс знаний о лексемах и/или мире. Когнитивный переход от одного сценария к другому осуществляется с помощью так называемого переключателя («trigger») — структурного элемента, который может быть эксплицитно выражен в тексте шутки [11, p. 25]. Важно отметить, что такой смысловой элемент или группа элементов являются структурными компонентами обоих сценариев, находящихся в отношениях оппозиции, т. е. находятся на пересечении информационных полей участников коммуникации. Помимо этого, как показывает практика, комическая коммуникативная ситуация не всегда ограничивается соположением исключительно двух семантических сценариев, что будет наглядно продемонстрировано в практической части статьи. Эта особенность была отмечена немецкой исследовательницей юмора в речевой коммуникации Хельгой Коттхофф, которая предложила ввести понятие «специфическая неожиданная оппозиция» как центральное при рассмотрении шуток, основанных на переплетении нескольких сценариев [12, S. 5]. В когнитивной семантике, переходя на уровень слова, подобную идею выдвигает Н. Н. Болдырев, утверждая, что полное понимание некоторых слов становится возможным только в результате привлечения нескольких когнитивных контекстов [13, с. 63].

Сальваторе Аттардо определяет сценарий как информационный комплекс о некоем объекте, понимая объект максимально широко и рассматривая его в качестве зонтичного понятия для любого вымышленного или реального предмета, события, действия, качества и т. д. Сценарий в понимании исследователя — когнитивная структура, сформированная посредством интериоризации и предоставляющая говорящему всеобъемлющую информацию о структуре объекта и его составных частях, о способе выполнения действия, построении отношений и пр. [14, р. 2–3]. В когнитивной лингвистике сценарий/скрипт определяется как динамически представленный фрейм, то есть объемный, многокомпонентный концепт, представляющий собой «пакет» информации о стереотипной ситуации, разворачивающийся во времени согласно определенной последовательности этапов/эпизодов (например, отдельные эпизоды внутри фрейма «театр»: посещение театра, покупка билетов и т. д.) [13, с. 37]. Сальваторе Аттардо также обращает внимание на динамический характер сценария, рассматривая его, помимо прочего, и как некую гипотезу о семантическом содержании задействованных в данном отрезке речи лексем, которая подтверждается или опровергается по мере развертывания контекста. Этот процесс смены гипотез продолжается до тех пор, пока гипотеза не подтвердится, т. е. пока не произойдет стабилизация сценария [14, р. 6]. Это положение подтверждает и И. П. Сусов, говоря о том, что высказывания автоматически создают ожидания, которые ведут слушающего к значению, сообщаемому говорящим [15]. В юмористической коммуникации переключение с одного сценария на другой происходит довольно резко, что является обязательным условием создания комического эффекта (эффект неожиданности), а стабилизация сценария совпадает с кульминационным моментом шутки. В аудиовизуальных контекстах при этом зачастую происходит смена сцены.

В зависимости от того, каким образом происходит активация сценария в сознании участников коммуникации, выделяют лексические и инференциальные сценарии. В первом случае сценарий активируется за счет употребления соответствующей лексической единицы (когда мы слышим слово «кошка», происходит активация сценария «кошка»). Во втором случае сценарий активируется с помощью спектра когнитивных операций, т. е. за счет выводного знания [14, р. 7; 15; 16, с. 34–35]. В рассматриваемой нами выборке аудиовизуальных комических контекстов адресаткиногерой и адресант задействуют лексические сценарии, тогда как адресаткинозритель, непосредственный реципиент комического эффекта, выводит комический смысл с помощью инференций.

Информационное преимущество коммуникантов в юмористической коммуникации

Итак, в нашей статье будут рассмотрены случаи, когда амбивалентность, вернее, условия для восприятия амбивалентности, возникают за счет несовпадения информационной насыщенности создающих комическую оппозицию сценариев, в рамках которых ведут общение участники коммуникации, и/или за счет несовпадения объема смысла при интерпретации адресатом и адресантом реплики, представляющей собой кульминационный момент шутки. Обычно подобный эффект возникает тогда, когда одна из сторон коммуникации изначально имеет информационное преимущество, т. е. большую осведомленность о ситуации общения.

Принципиально отметить, что кинодиалог имеет двойную адресованность (ориентацию или обращенность [17, с. 116]). С одной стороны, в диегетической реальности кинофильма собственно участниками кинодиалога выступают киногерои. С другой стороны, семиопрагматическая информация интерпретируется кинозрителем, который, таким образом, выступает участником коммуникации в роли одного из адресатов сообщения. В рассматриваемом нами материале комическая амбивалентность, создаваемая за счет несовпадения объема знаний о ситуации участников коммуникации, представлена случаями, когда информационным преимуществом обладают:

- адресаты сообщения (киногерой и кинозритель);
- адресант (киногерой) и адресат сообщения (кинозритель).

Помимо оппозиции сценариев разного информационного объема юмористические контексты могут включать в себя и другие комические амбивалентные сценарии. Важно отметить, что восприятие комического эффекта дополнительных оппозиций сценариев возможно лишь в условиях информационного неравноправия участников коммуникации, что в рамках данной работы позволяет считать оппозицию сценариев разной информационной насыщенности ведущим юмористическим средством. В связи с этим можно предположить, что сохранение в переводном тексте «специфической неожиданной оппозиции» позволит передать и остальные комические смыслы высказывания.

Ситуативная модель перевода

Ситуативная, или ситуативно-денотативная, модель перевода (СМП) исходит из того, что содержание всех языковых знаков отражает какие-то предметы, явления, отношения реальной действительности. Совокупность денотатов и отношений между ними и представляет собой ситуацию реальной действительности, информацию о которой содержат отрезки речи. В основе СМП лежит объективное понимание единства и системности материального мира. Система денотатов, благодаря их общности в независимости от языковой принадлежности тех, кто их описывает, предопределяет основную часть закономерных соответствий в парах конкретных языков, причем описание возможно даже в том случае, если в данном языке отсутствует соответствующее наименование. Таким образом, сохранение инвариантности при переводе возможно потому, что потенциально в сознании всех индивидуумов могут быть вызваны в основном тождественные отражения объективной реальности [18; 19; 20; 21; 22; 23; 24; 25; 26; 27]. Таким образом, в СМП эквивалентность устанавливается на основе общности описываемой ситуации, т. е. в случае комического кинодискурса — на основе выбора и передачи на языке перевода (ПЯ) значимых ситуативных компонентов амбивалентных сценариев, формирующих идентичную исходному сообщению реакцию у получателя.

В СМП не только языковые формы, но даже выражаемые ими элементарные значения различны в двух высказываниях, которые, однако, описывают одну и ту же предметную ситуацию. Несмотря на структурно-семантические расхождения, переводческие единицы могут оказаться эквивалентными, так как они соотносятся с одной и той же ситуацией, причем «недостающие» значения подсказываются самой ситуацией или контекстом [28, с. 10]. В случае комической коммуникации эквивалентность прагматического эффекта, производимого оригинальным и пере-

водным текстом, будет зависеть от точности выбора ситуативных элементов, формирующих амбивалентные сценарии. Необходимо учитывать, что отбор элементов ситуации и, следовательно, значений подчиняется закономерностям, определяемым стереотипными установками носителей данного языка, а адекватность перевода в рамках межъязыковой коммуникации обеспечивает понимание того, какие аспекты действительности следует брать за основу наименования при построении высказывания. Использование СМП для перевода кинодиалога удобно и тем, что единицей перевода здесь чаще всего выступает высказывание, что, однако, не исключает случаи ситуативного перевода на уровне более мелких (перевод неологизмов, безэквивалентной лексики, игры слов, метафор — уровень слова/словосочетания) или более крупных единиц (перевод анекдота, поэтических жанров, песен — текстовый уровень). Наиболее показательны случаи применения СМП в стереотипных речевых ситуациях и для передачи клише разговорной речи, частотность которых в кинодиалоге вполне объяснима. Основное преимущество использования СМП для перевода комедийных фильмов — в максимальной нацеленности модели на сохранение естественного звучания устной формы языка, что принципиально для кинодискурса. Это особенно актуально для жанра романтической кинокомедии, ставшей источником материала данной статьи.

Специфика применения ситуативной модели перевода в условиях аудиовизуального текста

Решая очередную переводческую задачу в рамках СМП, переводчик кино анализирует способы передачи описания предметной ситуации в схожей речевой ситуации в ПЯ и выбирает наиболее оптимальный. При этом его выбор ограничен рядом условий, налагаемых требованиями кинотекста как особого семиотического образования. Аудиовизуальный перевод (АВП) должен находиться в отношении синхронии с другими семиотическими компонентами сообщения (изображение, музыка и пр.). При отсутствии синхронизации появляется «шум», который затрудняет декодирование текста и может привести к коммуникативному провалу [29, р. 362–364]. Помимо соответствия передаваемой денотативной информации видеоряду — если это, конечно, предусмотрено контекстом — дубляж требует соблюдения временной (длина высказывания) и фонетической синхронизации (совпадение артикуляции). В закадровом переводе необходимо помнить о фоновом присутствии оригинальной звуковой дорожки, что может вызывать ограничения на переводческие добавления и введение просодических элементов, ожидаемых кинозрителем в заданной коммуникативной ситуации.

Комические контексты с информационным преимуществом адресата

Обратимся к анализу практического материала статьи и рассмотрим ряд оригинальных и переводных комических ситуаций, в которых информационным преимуществом обладает адресат сообщения, т. е. зрительская аудитория и киногерой.

В одной из ситуаций фильма «Some Like It Hot» («В джазе только девушки») переодетый в женское платье мужчина отвечает на комплимент престарелого богатого дамского угодника по имени Осгуд. Отвечая на непрямой комплимент Осгуда, ге-

рой действует в рамках сценария «мужчина», хотя его внешний облик соответствует сценарию «женщина». Зритель осведомлен о том, что герой действует в рамках двух противоречивых сценариев, и это информационное преимущество позволяет ему интерпретировать ситуацию как комическую в кульминационный момент шутки:

OSGOOD: — *If there's one thing I admire, it's a girl with a shapely ankle.* — *Больше всего в женщине я ценю ножки, лодыжки в особенности.*
JERRY: — *Me too.* — *Какое совпадение, я тоже.*

Несмотря на целый ряд лексико-грамматических трансформаций в реплике Осгуда, включая переосмысление, конкретизацию, снижение эмотивных коннотаций, перевод представляется допустимым, так как содержит все те релевантные ситуативные признаки, которые имплицитно присутствуют в оригинале (характерообразующие признаки, коммуникация ценностей в рамках сценария «мужчина» как предпосылка для противопоставления сценариев и создания комического эффекта и др.). Переводческое добавление в ответной реплике Джерри, по-видимому, ставило целью усилить комический эффект его высказывания, что, однако, нарушает требование фонетической и пространственной синхронизации в закадровом АВП. Это также нивелирует часть информации, передаваемой с помощью визуального кода: Джерри обеспокоен, торопится и высказывает всяческое нежелание общаться с «поклонником». Более тщательный отбор ситуативных признаков высказывания и учет требований синхронизации позволяет получить эквивалентный перевод, сохраняющий эмоциональный фон оригинального высказывания, его смысловую структуру и ряд формальных характеристик:

— *Что приводит меня в восторг, так это девушки с красивыми лодыжками.*
— *Соглашусь.*

В следующем примере из фильма “When Harry Met Sally” («Когда Гарри встретил Салли») героиня по имени Салли случайно встречает своего бывшего одноклассника Гарри. Гарри — бывший друг Аманды, лучшей школьной подруги Салли, чье имя она с трудом вспомнила за несколько минут до встречи с одноклассником:

HARRY: — *You were a good friend of umm...* — *Вы дружили с ...мммм.*
SALLY: — *Amanda's. I can't believe you can't remember her name.* — *С Амандой. Невероятно, вы не можете вспомнить ее имя.*
HARRY: — *What do you mean? I remember, Amanda right? Amanda Rice.* — *Ничего подобного, я помню, Аманда Райс.*
SALLY: — *Reese.* — *Рис.*
HARRY: — *Reese, right! That's what I said!* — *Правильно, я так и сказал.*

Комический эффект создается за счет соположения двух сценариев разной информационной насыщенности: адресат ведет диалог так, словно она никогда не была подруги, хотя из предтекста зритель знает об обратном; адресант, в свою очередь, действительно не помнит имя одноклассницы и даже допускает ошибку, называя ее фамилию. Комизм усиливается, когда, узнав настоящую фамилию Аманды, герой утверждает, что сказанное им не было неверным. Сохранение оппозиции сценариев и их информационного объема в переводе создает условия для реали-

зации комического эффекта, что видно из перевода в таблице. Отметим лишь, что в подобных контекстах в ПЯ, согласно открытому Национальному корпусу русского языка [30], более частотным, а следовательно, естественным оказывается употребление сочетаний с глаголом «звать/звали». Количество контекстов с существительным «имя» значительно уступает глагольным конструкциям по популярности (среднее соотношение один к трем). Помимо этого переводчик не учел количество повторов имени собственного, что принципиально в закадровом переводе в виду фонового присутствия оригинальной звуковой дорожки, а также количество лабиализованных согласных и гласных в оригинале, что в конечном итоге влияет на степень фонетической синхронизации и вынуждает переводчика выбирать иные лексико-грамматические варианты. Возможный перевод с учетом замечаний:

- *Вы дружили с ...мммм.*
- *С Амандой. Поверить не могу, вы что — не помните, как ее звали?*
- *Не помню?! Помню, Аманда, так? Аманда Райс.*
- *Рис.*
- *Да, Рис! Я так и сказал.*

Рассмотрим комический контекст из фильма “What Women Want” («Чего хотят женщины»), главный герой которого обрел способность читать мысли представительниц противоположного пола. Чтобы безболезненно расстаться с наскучившей ему подружкой, он сообщает ей, что он гей. На самом деле этот ход подсказала ему сама девушка, посчитав, что в таком случае она будет чувствовать себя менее униженной:

- | | |
|--|--|
| — <i>Okay. I...I'm gay.</i> | — <i>Я голубой.</i> |
| — <i>How gay?</i> | — <i>Насколько?</i> |
| — <i>Oh, I'm as gay as it gets.</i> | — <i>Голубее не бывает.</i> |
| — <i>You're gonna make some guy very happy some day.</i> | — <i>Ты еще встретишь мужчину своей мечты.</i> |
| — <i>Oh, from your lips...</i> | — <i>Поскорее бы.</i> |

Предложенный пример наглядно демонстрирует положение о том, что один комический контекст может совмещать несколько сценариев, находящихся в отношении оппозиции. В данном случае первую оппозицию представляют сценарии разной информационной насыщенности «традиционная vs. нетрадиционная ориентация»: героиня не знает, что ее мысли были прочитаны, и герой говорит неправду, тогда как кинозритель, второй адресат сообщения, обладает этой информацией. Вторую амбивалентную структуру формирует прием, который можно назвать «нарушение тождества сценария». Здесь комический эффект основан на разрыве традиционных представлений реципиента об объекте/явлении и представлении объекта/явления в новом, непривычном и порой иррациональном ракурсе. Это становится возможным, когда в описании объекта за его наиболее значимые характеристики принимаются его наименее релевантные, в рамках традиционных представлений, свойства или когда одно из его свойств на основе аналогии используется в описании другого объекта, не имеющего прочих логико-семантических или формальных связей с пер-

вым. Так, в рамках сценария «традиционная vs. нетрадиционная ориентация» градация качества «нетрадиционности» невозможна, хотя в других своих значениях прилагательное «голубой», с помощью которого в ПЯ и происходит переход от одного сценария к другому («голубой» => «ориентация» vs. «цвет»), может образовывать степени сравнения. Комичными представляются и финальные реплики кинодиалога. Такие высказывания типичны для речеповеденческих ситуаций «флирт», «ухаживание», «расставание» и т.п., а их комичность определяется амбивалентностью реалистичного и потенциального сценариев. Примечательно, что в условиях подлинной коммуникации, т.е. при отсутствии информационного преимущества адресата в рассматриваемом коммуникативном контексте, нарушение тождества сценария и употребление ситуативных клише не было бы комичным, что в данном случае позволяет считать оппозицию сценариев разной информационной насыщенности ведущим средством создания комического эффекта. Отметим также, что предложенный закадровый перевод наглядно иллюстрирует применение СМП. Структурно-семантически текст языка источника (ИЯ) и ПЯ нельзя признать эквивалентными, при этом их смысловое тождество сохраняется.

Обратимся к комической ситуации из фильма «Dirty Rotten Scoundrels» («Отпетые мошенники»). Два главных действующих лица кинокомедии, Фредди и Лоренс, зарабатывают на жизнь тем, что под разными благовидными предложениями выманивают деньги у богатых женщин. В какой-то момент оказывается, что Фредди, менее опытный мошенник, встает на пути своего старшего напарника, и тот распоряжается, чтобы неблагодарного ученика увезли из города. Через некоторое время выясняется, что Фредди не только сумел выбраться из грузовика, где его охраняли семеро моряков, но и вернулся в дом Мистера Лоренса, дабы воспользоваться присутствием богатой дамы по имени Дженет, с которой «работает» его старший коллега. До провального отбытия Фредди из города Мистер Лоренс, с целью получения денег от Дженет, играл роль врача, занимающегося дорогостоящим лечением Фредди, который якобы не может ходить. В представленной ниже сцене Дженет и Мистер Лоренс входят в комнату, посреди которой стоит Фредди. Это вызывает восторженное удивление Дженет, и она воздает хвалу врачебному таланту Лоренса. Сам Лоренс, в свою очередь, неприятно удивлен тем, что под крышей его дома вновь появился Фредди. Дженет не знает об истинном характере взаимоотношений Фредди и Мистера Лоренса.

- | | |
|--|--|
| — <i>I'm starting to believe this man can really perform miracles!</i> | — <i>Фредди, я уверена, этот человек может творить чудеса.</i> |
| — <i>I'm beginning to believe it too.</i> | — <i>Мне тоже так кажется.</i> |

На фоне амбивалентных сценариев разной информационной насыщенности комический эффект в данном контексте создается посредством референциальной множественности, формируемой сочетанием указательного местоимения и существительного «man», которое может указывать на любого из коммуникантов мужского пола. Употребляя это сочетание, Дженет имеет в виду Лоренса, тогда как сам Лоренс имеет в виду Фредди. Как и в случае с примером из фильма «What Women Want», рассмотренного выше, отсутствие у адресата информационного преимущества повлечет за собой потерю комического эффекта, что вновь позволяет говорить об основных и второстепенных оппозициях сценариев. Хотя приведенный выше

перевод в целом соответствует требованиям СМП, он все же требует определенной правки. В ПЯ неверно передана модальность первой реплики: «I'm starting to believe» и «я уверена» выражают разную степень уверенности говорящего. Более того, использование вводного предложения с таким лексическим наполнением не позволяет сохранить параллельную конструкцию ИЯ, хотя она вполне естественна в ПЯ и соответствует коммуникативным ожиданиям реципиента (лексико-синтаксический повтор при выражении согласия с мнением собеседника). Помимо этого, в русскоязычных мелиоративных контекстах с восклицанием более естественным представляется употребление существительных, нежели глагольных конструкций. Все эти замечания позволяют создать более адекватный перевод в СМП:

- *Я начинаю верить, что этот человек просто волшебник!*
- *Я тоже начинаю в это верить.*

Как видно из рассмотренных примеров, информационное преимущество адресата сообщения является как фактором восприятия комического эффекта, так и средством создания юмора за счет оппозиции разнообъемных сценариев. Восприятие комического эффекта второстепенных оппозиций сценариев возможно лишь в условиях индикации специфической комической оппозиции. Анализ текстов ИЯ и ПЯ показал, что эффективность СМП для передачи юмора довольно высока, особенно в типичных речеповеденческих ситуациях, связанных в сознании реципиента с определенными речевыми моделями.

Комические контексты с информационным преимуществом адресанта

Следующий ряд комических ситуаций объединяет случаи ситуативной амбивалентности, где информационным преимуществом обладает адресант. Его непосредственный собеседник (киногерой как один из адресатов сообщения), в отличие от кинозрителя, осуществляет коммуникацию в рамках менее информативного сценария. Таким образом, только адресант и кинозритель находятся в равных условиях восприятия противоречия, образуемого двумя сценариями разной информативной насыщенности.

В примере, приведенном ниже, из фильма «You've Got Mail» («Вам письмо»), амбивалентность создается за счет соположения двух сценариев, связанных со словом «fox». Адресат, владелица магазина детской книги Кэтлин Келли, ведет диалог в рамках сценария «наименование животного», тогда как для адресанта, маленького мальчика, племянника врага Кэтлин, практически уничтожившего ее бизнес, этот сценарий — «имя собственное». Она не знает своего обидчика в лицо, а он тем временем является свидетелем их диалога. Кинозритель осведомлен обо всех негативных для Кэтлин ассоциациях, связанных со вторым сценарием, а также о родственной связи мальчика и ее врага, о которой, однако, не догадывается сама Кэтлин, воспринимая их как простых посетителей ее магазина. Соположение двух противоречивых сценариев и несовпадение объема знаний о ситуации у всех участников коммуникации ведет к созданию комического эффекта. Обыгрывание двух сценариев продолжается и в последующем кинотексте, когда героиню знакомят с владельцем конкурирующей компании «Fox Books», она узнает в нем недавнего посетителя магазина и удостове-

ряется в том, что он носит фамилию «Fox». В этом случае происходит соположение целой группы сценариев, в которое вовлекается также и сцена с маленьким мальчиков в магазине Кэтлин:

Сцена в магазине

- | | |
|---|--|
| — F-O-X | — Эф-оу-экс. |
| — <i>That's amazing. You can spell "fox".</i> | — <i>Потрясающе, знаешь слово «лиса»</i> |
| — <i>Can you spell "dog"?</i> | — <i>по буквам? А можешь слово «пес»?</i> |
| — F-O-X | — Эф-оу-экс. |
| — <i>Can you spell "cat"?</i> | — <i>А ты можешь так произнести слово «кот»?</i> |
| — F-O-X | — Эф-оу-экс. |

Знакомство с владельцем «Fox Books»

- | | |
|--------------------------------------|-----------------------------|
| — <i>Fox? Your last name is Fox?</i> | — <i>Ваша фамилия Фокс?</i> |
| — F-O-X | — Эф-оу-экс. |

Комический эффект усиливается дополнительными ассоциациями, связанными с наименованием животного, которое как в русскоязычной, так и в англоязычной культуре представляет собой олицетворение хитрости и изворотливости, что в определенной степени характеризует и носителя фамилии. Имя собственное транслитерируется, и это делает невозможным реализацию сценария «наименование животного», а утраченная амбивалентность сценариев ведет к потере комического эффекта. Перевод может показаться забавным лишь той части русскоязычной зрительской аудитории, которая обладает дополнительным информационным преимуществом и знает значение английского слова «fox». Двойная актуализация сценариев в переводе при сохранении информационного преимущества за адресатом возможна путем обыгрывания слова «лиса». Эта попытка могла бы оказаться успешной в художественном переводе, однако она обречена на провал в рамках аудиовизуального текста: в кинофильме слово «Fox» зафиксировано на уровне визуально-вербального пространства (крупный план вывески с названием магазина «Fox Books», яхт семьи Фокс «Fox II» и «Fox III», название магазина на плакате во время пикета по поводу его открытия). Также невозможным представляется подобрать другие лексические единицы, которые вписываются в сценарий «наименование животного» и могут коррелировать с англоязычной фамилией «Fox», ввиду отсутствия переводного омофона в русском языке. СМП позволяет обратиться к другим признакам описываемой ситуации. Так, сценарий «наименование животного» можно заменить гиперонимическим сценарием, связанным с первыми словами, который учится писать ребенок: его имя, слова «мама», «папа» и др.

Сцена в магазине

- | | |
|---|---|
| — F-O-X | — Эф-оу-экс. |
| — <i>That's amazing. You can spell "fox".</i> | — <i>Ух ты! Умеешь писать свою фамилию? А слово «мама»?</i> |
| — <i>Can you spell "dog"?</i> | — Эф-оу-экс. |
| — F-O-X | — А слово «папа»? |
| — <i>Can you spell "cat"?</i> | — Эф-оу-экс. |
| — F-O-X | — Эф-оу-экс. |

ЗНАКОМСТВО С ВЛАДЕЛЬЦЕМ “Fox Books”

- *Fox? Your last name is Fox?*
- *F-O-X*
- *Ваша фамилия Фокс?*
- *Эф-оу-экс.*

Рассмотрим еще один контекст из фильма “You’ve Got Mail” («Вам письмо»). Между Джо Фоксом и Кэтлин Келли развивается интернет-роман. При этом обстоятельства сложились так, что Джо знает своего адресата в лицо, а Кэтлин не догадывается, что адресует свои сообщения Джо Фоксу, так как в переписке оба используют псевдонимы. Во время одной из личных встреч Джо спрашивает Кэтлин о том, какой ник выбрал для себя ее интернет-поклонник. Узнав, что его ник “NY 152”, оба начинают строить предположения о значении этого вымышленного имени. Обмен оригинальными идеями заканчивается, когда Кэтлин высказывает догадку о том, что это может быть его адрес. Она тут же отказывается от этой мысли, считая такой ник слишком банальным для столь достойного собеседника. Это огорчает Джо, так как “NY 152” — не что иное, как номер дома Джо Фокса в Нью-Йорке, о чем осведомлен и кинозритель.

- *What’s his handle? Come on, I’m not going to write him. Is that what you think?*
- *NY 152.*
- ...
- *His address. No, no, no. He would never do anything that prosaic.*
- *Его кличка? Я не буду писать ему, не беспокойтесь.*
- *Нью-Йорк 152.*
- ...
- *Это его адрес. Нет, это слишком примитивно.*

Лексическую ошибку, допущенную в первой реплике, можно объяснить тем, что фильм вышел в прокат в 1998 г., когда Интернет-коммуникация в России не была настолько широко распространена. В рамках нашего исследования целесообразнее рассмотреть варианты перевода кульминационной реплики комического контекста. Анализ словарных статей показал, что наиболее близким соответствием определению “prosaic”, переданному как «прозаичный» в более позднем переводе фильма, является прилагательное «банальный». Ср.: “prosaic — lacking in imagination, dull” и «банальный — заурядный, неоригинальный». Важным для сохранения комического эффекта является передать аксиологические характеристики высказывания, т. е. эксплицитно указать на объект, ценностный статус которого обсуждается. Возможный перевод:

- *Какой у него ник? Я не буду писать ему, не беспокойтесь.*
- *Нью-Йорк 152.*
- ...
- *Его адрес! Нет, так банально и совсем на него не похоже.*

В следующей комической ситуации из фильма “What Women Want” («Чего хотят женщины») герою, который благодаря необычным обстоятельствам обрел дар читать мысли женщин, предлагают занять новую должность и заместить, таким образом, его бывшую начальницу, чьи идеи, полученные с помощью его особых способностей, он выгодно использовал для продвижения по службе. Он тем не менее отказывается от должности, так как чувствует, что постепенно сходит с ума от того количества женских голосов, которые звучат в его голове каждый день. Комизм

ситуации строится на том, что его собеседник, в отличие от кинозрителя, не знает о незаурядных способностях коллеги, а его ситуативный сценарий ограничивается идеей о том, что тот не слушает того, что ему говорят, т. е. важной информации о карьерном росте. В сценарии адресанта глагол «слушать» имеет значение «подслушивать / читать мысли / случайно узнавать»:

NICK: *Please, look. I've been doing a lot of listening lately... and I've decided, I need to take a leave of absence. I mean, I need to get away from here and... get some perspective on things...*

— *Послушай, у меня было много работы, я устал, хочу отдохнуть от всего, от работы, подумать о будущем.*

DAN: *You know, for somebody who listens a lot, you don't, you don't hear so well.*

— *Может тебе проверить слух?*

Помимо того, что перевод не передает оппозиции двух сценариев «плохо слышать = не понимать» и «много слушать = читать мысли», диалог звучит несколько алогично, а длина оригинального высказывания значительно превышает звучание переводной реплики. Рассматриваемая речевая ситуация связана с не оправдавшимися коммуникативными ожиданиями адресанта: Дэн ожидал, что Ник обрадуется повышению, но этого не произошло. Это заставляет его сменить тон беседы и в ироническом ключе поинтересоваться, хорошо ли собеседник расслышал то, о чем ему сказали. Обычно в таких ситуациях спрашивают «ты что, плохо слышишь?» или «у тебя что, плохо со слухом?». С учетом этих замечаний в СМП возможен перевод, который, помимо прочего, строится на указанной выше оппозиции сценариев:

— *Знаешь, я в последнее время много чего слышал... и решил, что мне нужно отдохнуть. Надо уехать куда-нибудь, подумать о будущем.*

— *Не знаю, что ты там слышал, но со слухом у тебя точно не все в порядке.*

Вновь обратимся к фильму “Some Like It Hot” («В джазе только девушки»). Переодетые в женские платья Джо и Джерри пытаются скрыться от преследования гангстеров. Напомним, что Джерри (Джерольдине) было сделано предложение выйти замуж, которое он вынужден был принять. Спасаясь бегством от гангстеров, Джо и Джери садятся в лодку Осгуда, где Джерри поспешно представляет жениху свою подругу Джозефину (переодетый Джо). В открытом море их ждет яхта Осгуда, и Джери, видя, как приближаются гангстеры, торопит жениха поскорее отчалить от берега. Осгуд расценивает эту спешку как желание Джерольдины поскорее стать его женой. Ситуация комична, так как Осгуд, в отличие от остальных участников коммуникации, включая кинозрителя, не догадывается ни о том, что собирается жениться на переодетом мужчине, ни об истинных причинах спешки.

JERRY: *This is my friend Josephine — she's going to be a bridesmaid.*

— *Моя приятельница Джозефина, будет подружкой на свадьбе.*

OSGOOD: *Pleased to meet you.*

— *Очень рад. Много о вас слышал.*

JERRY: *Come on!*

— *Поехали, поехали.*

OSGOOD (over his shoulder, to Joe): *She's so eager!*

— *Как ей не терпится!*

Предложенный закадровый перевод вполне соответствует требованиям СМП. В нем удачно смоделированы речевые характеристики героев (обходительность Осгуда) и ситуативные эмотивные компоненты (волнение Джерри передается через введение неполного предложения в первой реплике и повтора в третьей). Несмотря на качество предложенных переводческих решений, текст ПЯ нуждается в редактировании, в частности там, где длина переводного высказывания значительно превышает длину оригинальной реплики, что в большинстве случаев недопустимо и в условиях закадрового перевода. Возможный вариант перевода с учетом замечаний:

- *Моя приятельница Джозефина, будет подружкой на свадьбе.*
- *Наслышан. Очень рад.*
- *Едем! Скорее!*
- *Ей так не терпится!*

Как показал анализ аудиовизуальных контекстов данного раздела, невозможность индикации переводчиком специфической комической оппозиции является препятствием к передаче комического эффекта и создает помехи в восприятии переводного сообщения. Переводной текст, созданный на основе формального переноса ситуативных признаков оригинала, не только не оказывает необходимого прагматического эффекта, но и зачастую представляется бессмысленным или алогичным. Важно отметить, что СМП учитывает не только денотативные аспекты высказывания. Модель анализирует объекты/явления действительности в совокупности всех характерных для них связей, в том числе эмотивных, ассоциативных, ценностных и пр.

Выводы

Приведенные в работе примеры демонстрируют, как степень осведомленности коммуникантов о ситуации общения влияет на возможность индикации комического эффекта в аудиовизуальном тексте, а ошибки индикации оппозиции разнообъемных сценариев не позволяют сохранить комический эффект при передаче таких контекстов на иностранный язык. Анализ показал, что потенциально комичные дополнительные оппозиции сценариев в контекстах с информационным преимуществом носят подчиненный характер, а их актуализация в ПЯ зависит от адекватной передачи ведущей оппозиции сценариев, т.е. сценариев разной информационной насыщенности.

Было показано, как трудности перевода аудиовизуальных комических контекстов могут быть связаны со специфической природой кинотекста, одновременно транслирующего разноплановую информацию по визуальному и акустическому каналам, и его устной формой презентации. Последнее утверждение обусловлено тем, что рассматриваемый жанр романтической комедии для семейного просмотра зачастую строится на типичных речеповеденческих ситуациях (поход в магазин, рабочая встреча, флирт и ухаживание, встреча с друзьями и пр.), что формирует у зрительской аудитории определенные ожидания к качеству звучащего текста и лингвистическому наполнению типичных контекстов.

Сохранение в ПЯ комического эффекта требует от переводчика значительных когнитивных усилий, направленных на индикацию комических контекстов, анализ способа создания юмора (т. е. выбора тех сценариев, оппозиция которых формирует комический эффект), учет вспомогательных средства создания юмора и подбор таких ситуативных компонентов для ПЯ, которые будут вызывать сходный оригинальному эффект в переводном тексте. Помимо этого, любое переводческое решение будет подчиняться семиотическим требованиям кинотекста.

Анализ имеющихся кинопереводов (дубляж и закадровый перевод) и разработка собственных переводов комических ситуаций с информационным преимуществом позволяют сделать вывод об эффективности использования в таких случаях ситуативной модели перевода.

Литература

1. Юрнев Р. Р. Смешное на экране. М.: Искусство, 1964. 208 с.
2. Пропт В. Я. Проблемы комизма и смеха. М.: Искусство, 1976. 184 с.
3. Боров Ю. Б. Комическое. М.: Искусство, 1970. 270 с.
4. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки русской культуры, 1999. 544 с.
5. Pocheptsov G. G. Language and Humour. Kiev: Vyšča škola, 1990. 328 p.
6. Mulder M. P., Nijholt A. Humour Research: State of the Art, 2002. URL: https://www.academia.edu/1574445/Humour_Research_State_of_the_Art (дата обращения: 03.09.2014).
7. Partington A. The Linguistics of Laughter: A Corpus-Assisted Study of Laughter-Talk. London and New York: Routledge, 2006. 240 p.
8. Krikmann A. Contemporary linguistic theories of humour. URL: <http://www.folklore.ee/folklore/vol33/kriku.pdf> (дата обращения: 29.08.2014).
9. New Trends in Audiovisual Translation / ed. by Díaz Cintas. Bristol: Multilingual Matters, 2009. 270 p.
10. Koestler A. The Act of Creation. London: Hutchinson & C, 1964. 751 p.
11. The primer of humor research / ed. by V. Raskin. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2008. 674 p.
12. Kotthoff H. Erzählstile von mündlichen Witzen: zur Erzielung von Komikeffekten durch Dialoginszenierungen und die Stilisierung sozialer Typen im Witz, 1995. 29 S. URL: https://kops.ub.uni-konstanz.de/xmlui/bitstream/handle/urn:nbn:de:bsz:352-opus-4903/ap068_KOPS490.pdf?sequence=1 (дата обращения: 19.09.2014).
13. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика: курс лекций по английской филологии. Изд. 2-е, стер. Тамбов: Изд-во Тамб. ун-та, 2001. 123 с.
14. Attardo S. Humorous Texts: A Semantic and Pragmatic Analysis. Humor Research Series 6. Berlin and New York: Mouton de Gruyter, 2001. 238 p.
15. Сусов И. П. Лингвистическая прагматика. Винница: «Нова Книга», 2009. 272 с.
16. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М., 2003. URL: http://kops.ub.uni-konstanz.de/bitstream/handle/urn:nbn:de:bsz:352-opus-4903/ap068_KOPS490.pdf?sequence=1 (дата обращения: 14.02.2014).
17. Горшкова В. Е. Перевод в кино. Иркутск: ИГЛУ, 2006. 278 с.
18. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М.: ИОСО РАО, 2001. 224 с.
19. Гак В. Г. Курс перевода. М.: Междунар. отношения, 1980. 56 с.
20. Гак В. Г., Григорьев Б. Б. Теория и практика перевода. М.: Интердиалект+, 2003. 454 с.
21. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М.: Высшая школа, 1990. 252 с.
22. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. М.: ЭТС, 2000. 192 с.
23. Коде О. Проблемы перевода в свете теории коммуникации // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. М.: Междунар. отношения, 1978. С. 69–90.
24. Катфорд Дж. Лингвистическая теория перевода: об одном аспекте прикладной лингвистики. М.: Едиториал УРСС, 2004. 207 с.
25. Семенов А. Л. Основы общей теории перевода и переводческой деятельности. М.: Издательский центр «Академия», 2008. 160 с.
26. Сдобников В. В., Петрова О. В. Теория перевода. М.: АСТ: Восток—Запад, 2006. 448 с.
27. Тюленев С. В. Теория перевода: учеб. пособие. М.: Гардарики, 2004. 336 с.

28. *Гак В. Г., Григорьев Б. Б.* Теория и практика перевода. М.: Интердиалект+, 2003. 456 с.
29. *Mayoral R., Kelly D., Gallardo N.* Concept of Constrained Translation. Non-Linguistic Perspectives of Translation // *Meta: Translators' Journal*. 1988. Vol. 33, №3. P. 356–367.
30. Национальный корпус русского языка. URL: <http://www.ruscorpora.ru> (дата обращения: 14.02.2014).

Статья поступила в редакцию 14 февраля 2014 г.

Контактная информация

Наговицына Ирина Александровна — старший преподаватель; stariris@mail.ru
Nagovitsyna Irina A. — Senior Lecturer; stariris@mail.ru