Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского»

На правах рукописи

МАЛЁНОВА ЕВГЕНИЯ ДМИТРИЕВНА

АУДИОВИЗУАЛЬНЫЙ ПЕРЕВОД: КОММУНИКАТИВНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Специальность 5.9.8 Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)

Диссертация на соискание ученой степени
доктора филологических наук

Научный консультант
доктор филологических наук, доцент
В. В. Сдобников

Омск – 2026

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ..... 6

ГЛАВА 1. СУЩНОСТЬ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА 28

1.1. Полимодальный аудиовизуальный текст как объект перевода..... 28

1.1.1. Киноязык и его специфика..... 29

1.1.2. Поликодовый vs полимодальный текст..... 37

1.1.3. Семиотически гетерогенные тексты в зеркале переводоведения..... 42

1.1.4. Специфика полимодального аудиовизуального текста как объекта перевода..... 46

1.2. Становление и развитие аудиовизуального перевода в историческом контексте..... 61

1.2.1. Зарождение аудиовизуального перевода: перевод в эпоху немого кино 61

1.2.2. Эра звукового кино: дубляжные и субтитровочные страны 65

1.2.3. Становление и развитие перевода под дублирование..... 67

1.2.4. Аудиовизуальный перевод в России в постсоветский период..... 72

1.3. Аудиовизуальный перевод: специфика и современное состояние..... 77

1.3.1. К проблеме определения аудиовизуального перевода..... 79

1.3.2. К соотношению понятий аудиовизуальный перевод и локализация..... 88

1.3.2.1. Понимание сущности перевода и локализации с точки зрения профессионального переводческого сообщества 88

1.3.2.2. Понимание сущности перевода и локализации с точки зрения академического переводоведческого сообщества 92

1.3.2.3. Аудиовизуальный перевод как этап процесса локализации аудиовизуальных произведений..... 94

1.3.3. Виды аудиовизуального перевода..... 96

1.3.4. Перевод трансмедийного проекта как особый вид аудиовизуального перевода 110

1.3.4.1. Трансмедийность как неотъемлемая составляющая современного медиапространства 111

1.3.4.2. Трансмедийный проект: основные свойства и характеристики 120

1.3.4.3. Перевод трансмедийного проекта как интегративный вид АВП 130

Выводы по главе 1 134

ГЛАВА 2. КОММУНИКАТИВНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА 138

2.1. Сущность и исторические предпосылки становления коммуникативно-функционального подхода к исследованию перевода 138

2.2. Коммуникативно-функциональный подход к изучению аудиовизуального перевода 161

2.2.1. Исследовательская парадигма «перевод-текст» 162

2.2.2. Исследовательская парадигма «перевод–функция» 165

2.2.3. Исследовательская парадигма «перевод-коммуникация» 168

2.2.4. АВП в свете коммуникативно-функционального подхода 170

2.2.4.1. Базовые модели массовой коммуникации 172

2.2.4.2. Типы непосредственной и опосредованной обратной связи от реципиентов 177

2.2.4.3. Базовые положения коммуникативно-функционального подхода к аудиовизуальному переводу 187

2.3. Коммуникативная ситуация аудиовизуального перевода 192

Выводы по главе 2 205

ГЛАВА 3. ТИПОЛОГИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СИТУАЦИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА 209

3.1. Коммуникативная ситуация перевода художественных аудиовизуальных произведений (КСАВП-1) 218

3.2. Коммуникативная ситуация перевода документальных аудиовизуальных произведений (КСАВП-2) 228

3.3. Коммуникативная ситуация перевода информационно-аналитических аудиовизуальных произведений (КСАВП-3) 232

3.4. Коммуникативная ситуация перевода обучающих аудиовизуальных произведений (КСАВП-4) 236

3.5. Коммуникативная ситуация перевода рекламных аудиовизуальных произведений (КСАВП-5) 239

3.6. Коммуникативная ситуация перевода рекреационных аудиовизуальных произведений (КСАВП-6) 242

3.7. Коммуникативная ситуация перевода видеоигр (КСАВП-7)..... 246

3.8. Коммуникативная ситуация перевода пользовательского контента (КСАВП-8) 250

Выводы по главе 3..... 257

ГЛАВА 4. СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА..... 259

4.1. Основные подходы к пониманию сущности стратегии перевода 259

4.1.1. Лингвистический продуктоориентированный подход (микростратегии) 263

4.1.2. Когнитивный проблемно-ориентированный подход 266

4.1.3. Коммуникативно-функциональный телеологически ориентированный подход (макростратегия) 268

4.2. Понимание стратегии аудиовизуального перевода в современных исследованиях..... 285

4.2.1. Лингвистический продуктоориентированный подход к пониманию стратегии АВП..... 285

4.2.2. Когнитивный проблемно-ориентированный подход к пониманию стратегии АВП 288

4.2.3. Коммуникативно-функциональный телеологически ориентированный подход к пониманию стратегии АВП 290

4.3. Тактики аудиовизуального перевода как пути реализации переводческих стратегий 306

4.3.1. Тактики аудиовизуального перевода как способы реализации стратегии коммуникативно-равноценного перевода 309

4.3.1.1. Тактика передачи релевантной информации 310

4.3.1.2. Тактика компрессии информации 315

4.3.1.3. Тактика артикуляционно-кинесической синхронизации 325

4.3.1.4. Тактика создания псевдоустности 337

4.3.1.5. Тактика транскреации 352

4.3.1.6. Тактика сохранения вселенной аудиовизуального произведения 376

4.3.2. Тактики аудиовизуального перевода как способы реализации стратегии переадресации 384

4.3.2.1. Тактики объективного и субъективного описания 392

Выводы по главе 4 405

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 409

БИБЛИОГРАФИЯ 420

Список использованной литературы 420

Словари и справочные издания 471

Источники иллюстративного материала 474

Список используемых сокращений 477

Ключевые термины и определения, используемые в работе 478

ВВЕДЕНИЕ

За последние несколько десятков лет в современном переводоведении прошла череда методологических поворотов, отражающих изменения в теоретических подходах к изучению перевода. Одним из них стал аудиовизуальный поворот, обозначивший переход от преимущественно вербально-ориентированных исследований к изучению перевода полимодальных, гетеросемиотических текстов, в которых смыслы актуализируются в тесном взаимодействии вербального компонента с визуальным, аудиальным и другими семиотическими кодами. Таким образом, большой интерес переводоведов вызывает аудиовизуальный перевод – эклектичный, мультидисциплинарный коммуникативный процесс по пересозданию полимодального аудиовизуального продукта для новой аудитории.

Необходимость изучения аудиовизуального перевода вызвана не только особой семиотической природой аудиовизуального текста, но и экспоненциальным ростом производства и потребления аудиовизуального контента: от традиционного кино и телевидения к стриминговым онлайн-платформам, видеоиграм, социальным сетям и пользовательскому контенту. Современный человек с самого рождения погружается в мир аудиовизуальных произведений, а развитие цифровых технологий радикально меняет не только процессы производства и распространения аудиовизуального контента, но и процессы его перевода и локализации. В связи с этим возникает серьезная потребность в обеспечении беспрепятственного и комфортного доступа к аудиовизуальным произведениям, в том числе созданным на иностранных языках.

Несмотря на то, что история кинематографа насчитывает уже более 120 лет, аудиовизуальный перевод привлек внимание исследователей перевода только в конце XX века, а термин «аудиовизуальный перевод» стал активно использоваться в современном переводоведении с 2000-х годов,

объединив в один объект исследования «ограниченный перевод» [Mayoral, Kelly, Gallardo 1998], «кино- и телеперевод» [Delabastita 1989], «(мульти)медийный перевод» [Gambier, Gottlieb 2001], «перевод кинодиалогов» [Горшкова 2006], «кино-/видеоперевод» [Матасов 2009]. Сегодня аудиовизуальный перевод является одним из наиболее распространенных видов услуг, оказываемых крупнейшими мировыми переводческими компаниями, уступая лишь письменному переводу, локализации программного обеспечения, машинному переводу и постредактированию [Nimdzi 2025: 44], что также свидетельствует о необходимости глубокого теоретического осмысления данного вида перевода.

Несмотря на столь активное развитие практики аудиовизуального перевода, современное состояние теоретических исследований данного вида перевода свидетельствует об отсутствии общего методологического подхода к его рассмотрению. Это объясняется как применением исследовательского инструментария, заимствованного из общего переводоведения и не в полной мере учитывающего специфику полимодального аудиовизуального текста, так и фрагментарностью анализа отдельных случаев аудиовизуального перевода, сосредоточенного на конкретном виде перевода конкретного аудиовизуального произведения. Отсутствие комплексной универсальной парадигмы исследования аудиовизуального перевода в аспекте ориентирования в ситуации перевода, формулирования цели перевода, прогнозирования и планирования профессионального поведения переводчика, а также контроля результата переводческой деятельности объясняет необходимость поиска новой концепции аудиовизуального перевода, основой которой может стать коммуникативно-функциональный подход. Все представленные выше рассуждения обосновывают выбор темы настоящего диссертационного исследования.

Актуальность диссертационного исследования определяется в потребности современных теории языка и теории перевода в комплексном

подходе к аудиовизуальному переводу и создании концепции, отвечающей сущности данного вида перевода и его объекта, а также современному состоянию лингвистики и переводоведения. Она также обусловлена необходимостью изучения аудиовизуального перевода с учетом его полифункциональной, полимодальной и полиморфной специфики и комплексного характера оказания переводческих услуг. Переводческие стратегии, тактики и операции, применяемые в процессе аудиовизуального перевода, зависят не только от особенностей исходного текста, но и от специфики коммуникации с использованием аудиовизуального перевода, определяемой совокупностью соответствующих параметров. Это объясняет применение в работе коммуникативно-функционального подхода, который предполагает изучение характера переводческого процесса и профессионального поведения переводчика в непосредственной зависимости от структуры коммуникативной ситуации. Потребность в такого рода работе объясняется тем, что в отечественном переводоведении исследования аудиовизуального перевода носят спорадический и несистемный характер. Именно поэтому представляется необходимым систематизировать и обобщить уже имеющийся российский и зарубежный опыт изучения аудиовизуального перевода и предложить коммуникативно-функциональную концепцию аудиовизуального перевода.

Состояние и степень разработанности проблемы исследования. Отечественные исследования аудиовизуального перевода традиционно проводятся в рамках *лингвистического текстоцентрического подхода*, суть которого заключается в рассмотрении вербального элемента аудиовизуального текста в отрыве от остальных семиотических модусов, участвующих в порождении и актуализации значений [Акимцева 2021; Альварес Солер 2018; Бармина 2023; Горшкова 2006; Костров 2015; Маргушева 2022; Снеткова 2009; Тразанова 2022; Федорова 2009; Яковлева, Саглам 2022 и другие]. Отдельные работы российских исследователей аудиовизуального перевода отстраиваются от текстоцентрического подхода и

свидетельствуют об обращении к *полимодальной и функциональной специфике аудиовизуального текста* [Александрова 2023, 2025; Борщевский 2026; Козуляев 2013, 2015, 2019; Малёнова 2015, 2017, 2018, 2022, 2023, 2024; Матасов 2008, 2009 и другие].

Намного больше внимания уделяется исследованиям аудиовизуального перевода за рубежом, где данный вид перевода рассматривается в рамках *функционально-семиотической парадигмы* [Baños 2024; Bardini 2015, 2020; Bogucki 2020; Chaume 2004, 2013, 2016, 2018, 2019, 2020; Delabastita 1989; Díaz-Cintas 2004, 2009, 2020, 2024; Fodor 1976; Gambier 2006, 2013, 2018; Gottlieb 1992, 1994; Kaindl 2013; Matamala 2010; Matkivska 2014; Mayoral, Kelly, Gallardo 1998; Pedersen 2005, 2007; Pérez-González 2011, 2014, 2019; Remael 2010, 2016, 2021; Szarkowska 2005; Zabalbeascoa 2008, 2010 и другие].

Довольно много работ посвящено *когнитивным исследованиям аудиовизуального перевода*, цель которых – выявить специфику восприятия зрителем аудиовизуального перевода [Antonini 2005, 2009; Antonioni 2008; Chiaro 2009; Díaz-Cintas 2020; Di Giovanni 2018; Gambier 2018, 2019; Massidda 2025; Neves 2025; Nicolić 2018; Orero 2018; Romero-Fresco 2013, 2018, 2019; Szarkowska 2013, 2020, 2024; Zanotti 2018 и другие].

Необходимо отметить, что *функциональный подход* к исследованию перевода в общем переводоведении возник в 1970–1980-х годах и нашел свое отражение в работах классиков отечественного и зарубежного переводоведения [Швейцер 1988; Casagrande 1954; Holmes 2000; Holz-Manttari, 1964; Neubert, Shreve 1992; Newmark 1981; Nida, Taber 2003; Nord 2006, 2008; Reiß 2000; Reiß, Vermeer 2014; Toury 1995 и другие]. Отдельные авторы сосредоточили внимание на *изучении стратегий и тактик перевода* [Алексеева 2008; Волкова 2023; Гарбовский 2007; Ивлева 2023; Комиссаров 1999; Сдобников 2015; Baker 2011; Bergen 2006; Chesterman 2016; Delabastita 1993; Díaz-Cintas, Remael 2021; Gambier 2010; Gottlieb 1992; Jääskeläinen 1993; Jakobsen 2017; Lörscher 1996; Molina, Hurtado Albir 2002; Pedersen 2005; Schjoldager 2008; Venuti 1995; Zabalbeascoa 2000 и другие]. *Коммуникативно-*

функциональный подход был сформулирован В. В. Сдобниковым в начале 2010-х и получил свое развитие в исследованиях современных переводоведов [Сдобников 2011, 2015, 2017, 2018, 2023, 2024; Петрова 2013, 2019; Шамилов 2018, 2026; Шлепнев 2017 и другие].

Вместе с тем, стратегии и тактики, применяемые в различных коммуникативных ситуациях аудиовизуального перевода, практически не описаны в научной литературе. Исследователи, изучающие стратегии, методы, тактики перевода и переводческие операции в рамках функционального переводоведения, обходят своим вниманием аудиовизуальный перевод, выбирая иные объекты анализа. Стратегии аудиовизуального перевода исследуются, по большей части, в контексте лингвистического продуктоориентированного подхода и не описывают общий план действий аудиовизуального переводчика, а лишь предлагают варианты готовых решений, представляя собой дескриптивный анализ готового продукта. Это объясняется глубокой практикоориентированностью подобных исследований; в результате предлагаемые таксономии стратегий аудиовизуального перевода представляют собой перечни инструментов переводчика – переводческих операций, но не описывают сущности профессионального поведения аудиовизуального переводчика в конкретной коммуникативной ситуации. Таким образом, в рамках настоящего исследования впервые предпринимается попытка создания целостной коммуникативно-функциональной концепции аудиовизуального перевода, вытекающей из коммуникативной природы ситуаций аудиовизуального перевода, многообразия его объектов и специфики условий осуществления перевода, исходя из которых выстраивается профессиональное поведение переводчика.

Гипотеза, выдвигаемая в настоящем диссертационном исследовании, заключается в том, что коммуникативно-функциональный подход является оптимальной парадигмой для создания концепции аудиовизуального перевода как системы взаимосвязанных и взаимозависимых параметров

интерпретации сущностных характеристик объекта исследования. Такая концепция позволит учесть параметры коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода, технологическую специфику осуществления переводческой деятельности, а также стратегически-тактические виды деятельности аудиовизуального переводчика, что дает ответ на вопрос, каким образом необходимо выстраивать профессиональное поведение переводчика в различных коммуникативных ситуациях аудиовизуального перевода для получения оптимального результата переводческой деятельности.

Объектом исследования является аудиовизуальный перевод, осуществляемый в различных коммуникативных ситуациях, в аспекте коммуникативно-функционального подхода.

Предметом исследования выступают составляющие коммуникативно-функциональной концепции аудиовизуального перевода.

Цель исследования – создание коммуникативно-функциональной концепции аудиовизуального перевода, учитывающей сущностные полимодальные характеристики аудиовизуального текста, специфику коммуникативных ситуаций аудиовизуального перевода и совокупность переводческих стратегий и тактик, применяемых в процессе осуществления данного вида перевода.

Указанная цель определяет следующие **задачи** исследования:

1) рассмотреть характерные черты полимодального аудиовизуального текста как объекта перевода;

2) выявить сущностные характеристики понятий «аудиовизуальный перевод», «локализация», «коммуникативная ситуация аудиовизуального перевода», «стратегия аудиовизуального перевода»;

3) рассмотреть развитие аудиовизуального перевода в синхронном и диахронном аспектах;

4) разработать классификацию видов аудиовизуального перевода с учетом функционирования аудиовизуального произведения в рамках одной или нескольких медиаплатформ;

5) рассмотреть сущность коммуникативно-функционального подхода к аудиовизуальному переводу;

6) разработать параметрическую структуру коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода и выявить специфику организации обратной связи в рамках коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода;

7) разработать типологию коммуникативных ситуаций аудиовизуального перевода в зависимости от формата переводимых аудиовизуальных произведений;

8) разработать типологию тактик аудиовизуального перевода, выступающих в качестве инструментов реализации стратегии перевода в различных коммуникативных ситуациях аудиовизуального перевода.

Исходя из того, что данное диссертационное исследование проводилось в русле междисциплинарного подхода, **теоретической и методологической основой** послужили работы отечественных и зарубежных ученых в области:

– **семиотики кино:** Р. Барт, Л. В. Кулешов, Ю. М. Лотман, К. Метц, Ю. Н. Тынянов, Ю. Г. Цивьян, У. Эко, С. М. Эйзенштейн, Р. О. Якобсон;

– **истории кино и аудиовизуального перевода:** А. Р. Кугель, Н. А. Лебедев, В. Г Легошин, К. А Танис, Ю. Г. Цивьян, С. М Шайкевич, J.-F. Cornu, C. M. Keating, C. O'Sullivan;

– **теории текста:** А. А. Бернацкая, Ю. А. Бельчиков, Л. С. Большакова, И. Р. Гальперин, М. А Ефремова, Е. В. Кобзева, О. И. Максименко, О. В. Пойманова, А. Г. Сонин, Е. Ф. Сорокин, Ю. А. Тарасов, В. Е. Чернявская, C. Jewitt, H. Stöckl;

– **теории коммуникации:** О. С. Иссерс, Д. Остин, Д. Серль, Г. Г. Слышкин, П. Ф. Стросон, Р. О. Якобсон, D. C. Barnlund, S. Hall, M. S. MacLean, C. E. Shannon, W. Schramm, B. H. Westley;

– **культурологии и медиалингвистики:** Н. И. Дворко, А. Г. Качкаева, Н. Л. Соколова, А. С. Сумская, N. Bernardo, C. Dena, R. R. Gambarato, H. Jenkins, S. Kalogeras, M. Kinder, G. Long, A. Phillips, R. Pratten, M. Ruppel;

– **теории перевода:** И. С. Алексеева, А. В. Ачкасов, Т. А. Волкова, Н. К. Гарбовский, В. Н. Комиссаров, З. Д. Львовская, Л. Л. Нелюбин, О. В. Петрова, В. В. Сдобников, С. В. Тюленев, А. В Фёдоров, Г. Т. Хухуни А. В. Швейцер, M. Baker, S. Bassnett, J. Casagrande, A. Chesterman, J. Darbelnet, J. Holmes, O. Kade, A. Lefevre, A. Neubert, P. Newmark, E. Nida, Ch. Nord, E. Prunč, A. Pym, K. Reiß, M. C. Snell-Hornby, R. Taber, G. Toury, L. Venuti, H. Vermeer, J.-P. Vinay;

– **теории аудиовизуального перевода:** Е. В. Александрова, А. А. Альварес Солер, И. С. Борщевский, В. Е. Горшкова, А. В. Козуляев, Р. А. Матасов, R. Baños, F. Bardini, A. I. Bartolomé, M. A. Bernal-Merino, Ł. A. Bogucki, G. M. Cabrera, F. Chaume, J. Díaz-Cintas, D. Delabastita, E. Di Giovanni, N. Gallardo, Y. Gambier, H. Gottlieb, D. Kelly, N. Matkivska, A. Matamala, R. Mayoral, J. Neves, P. Orero, J. Pedersen, L. Pérez-González, A. Remael, P. Romero-Fresco, A. Szarkowska, M. Tymoczko, P. Zabalbeascoa, S. Zanotti.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в том, что в нем впервые:

1) на основе применения коммуникативно-функционального подхода к изучению аудиовизуального перевода и выявления типов установления обратной связи между актантами коммуникативной ситуации с использованием аудиовизуального перевода разработана коммуникативно-функциональная концепция аудиовизуального перевода;

2) уточнена семиотическая структура полимодального аудиовизуального текста посредством включения в нее ольфакторного и

кинестетического периферических перцептивных каналов, а в качестве их ключевых модусов выделены модусы «запах» и «тактильные ощущения»;

3) подробно изучена специфика соотношения понятий «аудиовизуальный перевод» и «локализация», уточнено место перевода и локализации в технологической цепочке создания аудиовизуального произведения. Дано определение понятию «стратегия аудиовизуального перевода» в контексте коммуникативно-функционального телеологически ориентированного подхода;

4) предложена классификация видов аудиовизуального перевода на основании синхронного/асинхронного характера осуществления переводческого процесса, также подробно описана сущность и специфика перевода трансмедийного проекта как особого комплексного вида аудиовизуального перевода;

5) описана параметрическая структура коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода, предложена типология коммуникативных ситуаций аудиовизуального перевода, выявлены первичные и вторичные параметры каждой коммуникативной ситуации с учетом релевантности/нерелевантности отдельных параметров;

6) разработана типология тактик аудиовизуального перевода, применяемых в качестве инструментов реализации стратегии коммуникативно-равноценного перевода и стратегии переадресации в различных коммуникативных ситуациях аудиовизуального перевода.

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в следующем:

1) создание и практическое применение коммуникативно-функциональной концепции аудиовизуального перевода развивает методологические разделы коммуникативной лингвистики, функциональной лингвистики, прагматики, теории перевода и теории текста;

2) выявление сущностных характеристик понятий «аудиовизуальный перевод», «локализация», «трансмедийный проект»,

«коммуникативная ситуация аудиовизуального перевода», «стратегия аудиовизуального перевода», разработка типологии видов аудиовизуального перевода и коммуникативных ситуаций аудиовизуального перевода, разработка типологии тактик аудиовизуального перевода как инструментов реализации стратегий аудиовизуального перевода расширяют арсенал стратегическо-тактических подходов современной прагматики и методики комплексных исследований перевода как процесса и результата сложной системы действий переводчика;

3) выполнение в рамках исследования анализа сущностных характеристик полимодального аудиовизуального текста и его семиотической структуры, разработка алгоритма анализа коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода уточняют разделы современной коммуникативной лингвистики и семиотики в части моделирования порождения, восприятия, локализации сложных семиотических объектов;

4) интерпретация аудиовизуального перевода как трансакционного коммуникативного процесса, акцентирование в нем активности потребления контента реципиентом перевода, квалификация последнего как установление разнонаправленных динамичных связей между актантами коммуникативной ситуации, квалификация обратной связи по типам (преднамеренной/непреднамеренной, опосредованной/непосредственной), определение ее статуса как основания для нивелирования коммуникативных разрывов в триаде «инициатор перевода – переводчик – реципиент» развивает деятельностный подход к процессу перевода.

Практическая ценность проведенного исследования состоит в возможности применения его результатов в практической деятельности аудиовизуальных переводчиков с целью анализа коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода и отбора релевантных стратегий и тактик перевода. Теоретические положения, изложенные в диссертационном исследовании, могут быть использованы в рамках учебного процесса в высших учебных заведениях, осуществляющих подготовку переводчиков в

рамках направления «Лингвистика» (45.03.02 – бакалавриат, 45.04.02 – магистратура), а также по специальности «Перевод и переводоведение» (45.05.01 – специалитет). Коммуникативно-функциональная концепция аудиовизуального перевода, предложенная в настоящей диссертации, может использоваться в качестве методологической основы при подготовке выпускных квалификационных работ в рамках программ бакалавриата, магистратуры и специалитета по указанным направлениям подготовки, а также при проведении диссертационных исследований.

Результаты диссертационной работы используются при разработке и реализации основной образовательной программы магистратуры по направлению 45.04.02 «Лингвистика», профиль «Аудиовизуальный перевод и медиадоступность» на факультете филологии, переводоведения и медиакоммуникаций Омского государственного университета им. Ф. М. Достоевского (г. Омск, Российская Федерация), а также в учебном процессе Университета КАЗГЮУ им. М. С. Нарикбаева (г. Астана, Республика Казахстан) в процессе реализации дисциплин «Введение в аудиовизуальный перевод» и «Теория и практика субтитрирования». Основные положения, изложенные в диссертации, стали основой курсов и мастер-классов по аудиовизуальному переводу, проведенных для студентов и преподавателей Московского государственного лингвистического университета, Мурманского арктического университета, Нижегородского государственного университета им. Н. А. Добролюбова, Ярославского государственного педагогического университета им. К. Д. Ушинского, а также в рамках Зимних школ перевода и курсов повышения квалификации, организованных Союзом переводчиков России.

Достоверность и объективность полученных результатов и выводов основана на критическом осмыслении собственного переводческого опыта в области аудиовизуального перевода, глубоком изучении теоретических источников и практических трудов, имеющих отношение к области исследования (в библиографии содержится 438 источников, 249 из них – на

иностранных языках), применении комплексного многоаспектного подхода к изучению аудиовизуального перевода и коммуникативных ситуаций аудиовизуального перевода, репрезентативном объеме и разнообразии форматов проанализированного практического материала.

Эмпирической базой исследования послужил корпус из 30 аудиовизуальных произведений на русском и английском языках, включающий художественные фильмы и сериалы, анимационные фильмы и сериалы, документальные фильмы, обучающие видео, реалити-шоу, рекламные ролики, стримы, снятые в период с 1959 по 2026 год, и их переводы, выполненные в разные годы компаниями RuFilms, «Альба Мультимедиа», «Кураж-Бамбей», «Мосфильм-Мастер», «Первый канал», а также Киностудией им. М. Горького, Дмитрием «Гоблином» Пучковым, специалистами платформы YouTube и автором канала «Хасл от Фифти». Критерием отбора послужили наличие оригинала и перевода соответствующего аудиовизуального произведения, а в отдельных случаях – наличие скриптов и диалоговых листов. Общий объем просмотренного видео составил более 100 часов.

В рамках направленной выборки были отобраны видеофрагменты оригиналов и переводов, содержащие перевод субтитров, перевод под закадровое озвучивание, перевод под дублирование и аудиодескрипцию, с целью анализа коммуникативных ситуаций аудиовизуального перевода различных типов, а также выделения стратегий, тактик и переводческих операций, примененных в процессе осуществления перевода. Критерием выборки стало личное участие автора диссертационного исследования в процессе перевода и локализации соответствующих видеофрагментов, высокий рейтинг анализируемого аудиовизуального произведения на сайтах «Кинопоиск» и IMDb, а также большое количество просмотров на интернет-платформах, свидетельствующие о востребованности анализируемых аудиовизуальных произведений у зрителя.

В ходе работы над диссертацией на каждом из этапов исследования была использована совокупность **методов**, обусловленная многоаспектностью проводимого исследования.

На этапе формирования теоретической и методологической основы исследования был использован метод критического анализа научной литературы по семиотике и истории кино, теории текста, теории коммуникации, культурологии и медиалингвистике, теории перевода и теории аудиовизуального перевода в целях выработки собственной исследовательской позиции относительно предмета и объекта диссертационного исследования. В целях изучения онтогенеза аудиовизуального перевода применялся метод диахронического описания. В целях выявления основных исследовательских подходов к пониманию основных переводоведческих категорий, принципиальных для данного исследования, использовались общенаучные методы анализа и синтеза.

На этапе формирования эмпирической базы исследования применялись методы сплошной и направленной выборки материала. Критериями отбора стало личное участие автора исследования в конкретных переводческих проектах, наличие диалоговых листов и скриптов к отдельным аудиовизуальным произведениям, а также высокий рейтинг отобранных аудиовизуальных произведений на специализированных интернет-платформах.

На этапе анализа фактического материала и формирования основ коммуникативно-функциональной концепции аудиовизуального перевода применялся метод моделирования для создания и апробации параметрической структуры коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода, метод сравнительного анализа оригинала и перевода в целях выявления специфики применяемых тактик перевода и переводческих операций, метод семиотического анализа для учета влияния гетеросемиотической полимодальной природы аудиовизуального текста на результат перевода, а также метод контекстуального анализа с целью

установления соответствия используемых тактик перевода и переводческих операций общему микро- и макроконтексту аудиовизуального произведения.

Основные положения исследования нашли отражение в 39 публикациях, в том числе в одном издании авторской монографии, в двух коллективных монографиях и 17 научных статьях, включенных в Перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ и Единый государственный перечень научных изданий.

Положения, выносимые на защиту:

1. Коммуникативно-функциональная концепция аудиовизуального перевода – система взаимосвязанных и взаимозависимых параметров интерпретации сущностных характеристик полимодального гетеросемиотического текста как коммуникативного объекта, учитывающая компоненты коммуникативной ситуации такого вида перевода, технологические особенности и условия осуществления переводческого процесса, стратегически-тактические виды деятельности аудиовизуального переводчика (планирование им собственной деятельности с учетом комплексного характера локализации аудиовизуальных произведений, отбор переводческих стратегий, тактик и переводческих операций в условиях разнообразия коммуникативных ситуаций переводческой деятельности).

2. Аудиовизуальный текст представляет собой сложную полимодальную гетеросемиотическую коммуникативную систему. Порождение и актуализация смыслов в аудиовизуальном тексте производятся за счет совокупности транслируемых и воспринимаемых посредством различных перцептивных каналов семиотических модусов, субмодусов и их характеристик, денотирующих и коннотирующих смысловое наполнение аудиовизуального текста за счет соединения в различных комбинациях.

3. Аудиовизуальный перевод как трансакционный коммуникативный процесс предусматривает не только пассивное, но и активное потребление контента реципиентом перевода, выражающееся в установлении разнонаправленных динамичных связей между актантами коммуникативной

ситуации. Такая обратная связь может быть преднамеренной и непреднамеренной, опосредованной и непосредственной и позволяет нивелировать коммуникативные разрывы в триаде «инициатор перевода – переводчик – реципиент».

4. Виды аудиовизуального перевода классифицируются по трем основаниям: характеристика процесса перевода (синхронность/асинхронность с показом аудиовизуального произведения), тип локализации результатов аудиовизуального перевода (письменная/устная локализация) и специфика целевой аудитории (зрители с обычными/особыми когнитивными потребностями). Объектом аудиовизуального перевода могут стать как аудиовизуальные произведения, функционирующие на пространстве одной медиаплатформы, так и синкретичные гибридные трансмедийные проекты, которые функционируют на нескольких независимых медиаплатформах, объединенных общей вселенной, и требуют особого подхода к переводу.

5. В рамках коммуникативно-функционального подхода аудиовизуальный перевод целесообразно рассматривать в контексте конкретной коммуникативной ситуации, поскольку как процесс, так и результат аудиовизуального перевода напрямую зависят от ключевых параметров этой ситуации, включающих роль инициатора перевода, цель перевода, характеристику целевой аудитории, тип локализации аудиовизуального произведения и характер связи между актантами коммуникативной ситуации.

6. Основным типологическим признаком, позволяющим дифференцировать различные коммуникативные ситуации аудиовизуального перевода, выступает формат аудиовизуального произведения. Выделение ключевых параметров коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода осуществляется на основании функциональных характеристик каждого из форматов. В разных коммуникативных ситуациях

аудиовизуального перевода эти параметры могут иметь разную степень релевантности.

7. Стратегия аудиовизуального перевода представляет собой динамическую, многоуровневую программу профессиональной деятельности аудиовизуального переводчика. Специфика данной стратегии состоит в том, что она включает, наряду с ориентированием в коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода, формулированием и корректировкой цели перевода, прогнозированием возможных изменений внешних параметров коммуникативной ситуации, этап детального планирования процесса перевода и локализации аудиовизуального произведения и непрерывный или дискретный контроль промежуточных и итоговых результатов данного процесса.

8. Стратегия аудиовизуального перевода реализуется посредством использования тактик перевода. Инструментами реализации стратегии коммуникативно-равноценного перевода выступают тактика передачи релевантной информации, тактика компрессии информации, тактика артикуляционно-кинесической синхронизации, тактика создания псевдоустности, тактика транскреации и тактика сохранения вселенной аудиовизуального произведения. Инструментами реализации стратегии переадресации выступают тактики объективного и субъективного описания. В одной и той же коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода в качестве путей реализации избранной стратегии перевода могут применяться комбинации из разных тактик, дополняющих друг друга.

Апробация результатов исследования.

Результаты проведенного исследования получили отражение в одной авторской монографии «Стратегии и тактики аудиовизуального перевода» (2026), двух коллективных монографиях «Social, Mobile, and Emerging Media Around the World: Communication Case Studies» (2018) и «Перевод, переводоведение и дидактика перевода. Восток и Северо-Восток России» (2025). Основные положения указанных работ были использованы при

разработке и реализации магистерской программы «Аудиовизуальный перевод и медиадоступность» при подготовке аудиовизуальных переводчиков на факультете филологии, переводоведения и медиакоммуникаций ОмГУ им. Ф. М. Достоевского (с 2020 года по настоящее время) и в рамках реализации учебных дисциплин «Введение в аудиовизуальный перевод» и «Теория и практика субтитрирования» в Высшей гуманитарной школе КАЗГЮУ им. Н. С. Нарикбаева (с 2021 года по настоящее время).

Результаты исследования были также представлены на следующих международных и национальных конференциях и семинарах: Международная научно-практическая конференция «Аудиовизуальный перевод в России и мире: диалог культур в меняющемся информационном пространстве» (Санкт-Петербург, ГУАП, 22–24.08.2016), V Международная научная конференция «Речевая коммуникация в современной России» (г. Омск, ОмГУ им. Ф. М. Достоевского, 27–30.09.2017), Международная научно-практическая конференция «Развитие арктических территорий: опыт, проблемы, перспективы» (г. Мурманск, МАГУ, 12–15.12.2017), Первая зимняя школа Союза переводчиков России (г. Москва, РосНОУ, 29–31.01.2018), III Международная научная конференция «Перевод и культура: взаимодействие и взаимовлияние» (г. Вологда, ВоГУ, 10–12.05.2018), IX переводческая конференция Translation Forum Russia-2018 (г. Екатеринбург, 24–26.08.2018), Международная научно-практическая конференция «Осенние чтения: К 20-летию открытия лингвистического образования в РосНОУ» (г. Москва, РосНОУ, 29–30.11.2018), II Всероссийская научно-практическая конференция «Омский научные чтения» (г. Омск, ОмГУ им. Ф. М. Достоевского, 14.12.2018), Международная VII Международная научная конференция «Проблемы теории, практики и дидактики перевода» (г. Нижний Новгород, НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 06–08.05.2019), X Международная переводческая конференция Translation Forum Russia-2019 (г. Санкт-Петербург, 23–

25.08.2019), Международная переводческая конференция Translation Forum Russia-2020 (онлайн, 21–22.08.2020), семинар «Искусство без барьеров» (г. Архангельск, САФУ, 02–03.10.2020), Международный научный онлайн-форум «Инклюзия в университетах: глобальные тренды и локальные стратегии» (г. Тюмень, ТюмГУ, 27–28.10.2020), IV Всероссийская научная конференция «Омские научные чтения-2020» (г. Омск, ОмГУ им. Ф. М. Достоевского, 02.12.2020), Международная научная конференция «Подготовка переводчиков: анализ систем и подходов в странах мира» (г. Нижний Новгород, НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 05–06.12.2020), International Conference «Transmedial Turn? Potentials, Problems and Points to Consider» (University of Tartu, 08–11.12.2020), 8th Advanced Research Seminar on Audio Description (Universitat Autònoma de Barselona, 26–27.01.2021), 9th International Conefernce «Media for All. Sketching Tomorrow's Mediascape» (Universitat Autònoma de Barselona, 27–29.01.2021), I Зимняя школа перевода (г. Нур-Султан, ЕНУ им. Л. Н. Гумилева, 04–05.02.2021), Международный научно-практический семинар «Язык, культура, перевод: современные технологии в лингвистике» (г. Одинцово, МГИМО-Одинцово, 25–26.02.2021), V Международная научно-практическая конференция «Переводческий дискурс: междисциплинарный подход» (г. Симферополь, КФУ им. В. И. Вернадского, 29–30.04.2021), VIII Международная научная конференция «Проблемы теории, практики и дидактики перевода» (г. Нижний Новгород, НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 05–07.05.2021), Международная переводческая конференция Translation Forum Russia-2021 (г. Нижний Новгород, 30.07–01.08.2021), VI Международная научная конференция «Речевая коммуникация в современной России» (г. Омск, ОмГУ им. Ф. М. Достоевского, 27–30.09.2021), XXXI Международная научная конференция «Язык и культура» (г. Томск, ТГУ, 11–14.10.2021), Всероссийская конференция с международным участием «Актуальные вопросы лингвистики и методики преподавания иностранных языков» (г. Мурманск, МАГУ, 22–24.11.2021), Международный форум «Лингвистика

и вызовы современной парадигмы общественных отношений: междисциплинарное, межкультурное, межъязыковое взаимодействие» (г. Воронеж, ВГУ, 24–28.11.2021), 64-я Всероссийская научная конференция МФТИ (г. Москва, МФТИ, 01.12.2021), X Международная научно-практическая конференция «Трансформация общества в социальных и гуманитарных науках» (г. Рига, Балтийская международная академия, 10–11.12.2021), V Межрегиональный научно-практический семинар «Перевод в современном мире. Современный мира в переводе» (г. Ярославль, ЯПГУ им. К. Д. Ушинского, 22–25.03.2022), XVII Международная научно-практическая конференция «Дидактика переводческой деятельности в целях устойчивого развития» (г. Москва, Школа дидактики перевода, 13–14.04.2022), Всероссийская научная конференция с международным участием «Когниция, культура, коммуникация в современных гуманитарных науках» (г. Новосибирск, НГТУ, 15–16.09.2022), II Международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы коммуникации. Язык и перевод» (г. Одинцово, МГИМО-Одинцово, 21.04.2022), V Всероссийская научная конференция «Омские научные чтения» (г. Омск, ОмГУ им. Ф. М. Достоевского, 07.11–25.12.2022), Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Современные проблемы лингвистики и перевода: ПЕРЕВОДИМ РЕГИОНЫ» (г. Омск, ОмГУ им. Ф. М. Достоевского, 23–25.03.2023), Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Новейшая филология: междисциплинарная парадигма исследований», посвященная памяти проф. Г. Г. Галич (г. Омск, ОмГУ им. Ф. М. Достоевского, 21–23.03.2024), XIII Международная научно-практическая конференция «Язык науки и техники в современном мире» (г. Омск, ОмГТУ, 16–17.04.2024), XVI Международная научная конференция «Индустрия перевода» (г. Пермь, ПНИПУ, 25–26.04.2024), X Международная научная конференция «Проблемы теории, практики и дидактики перевода» (г. Нижний Новгород, НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 02–04.05.2024), Всероссийская научно-

практическая конференция «Теория медиа и медиалингвистика: научно-исследовательские подходы, достижения, перспективы» (г. Омск, ОмГУ им. Ф. М. Достоевского, 05–06.03.2025), Всероссийский форум «Переводческие горизонты: новые вызовы и решения» (г. Оренбург, ОГУ, 11.03.2025), Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Современные проблемы перевода: переводим регионы» (г. Омск, ОмГУ им. Ф. М. Достоевского, 21–22.03.2025), XVII Международная научная конференция «Индустрия перевода» (г. Пермь, ПНИПУ, 27–28.10.2025), Научно-практическа конференция с международно участие «Кроскултурна комуникация» (г. София, НБУ, 13–14.11.2025), VI Международная научно-практическая конференция «Лингвистика дистанцирования. Язык в контексте мультимодальной коммуникации XXI века» (г. Москва, Финансовый университет при Правительстве РФ, 26–28.01.2026), Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Актуальные проблемы лингвистики и методики преподавания иностранных языков» (г. Мурманск, МАУ, 9–14.02.2026), IX Международная научно-практическая конференция «Язык. Культура. Перевод: развитие инструментария лингвиста и стратегических технологий коммуникации» (г. Одинцово, МГИМО Одинцово, 19–20.02.2026), IV Международная конференция «Актуальные проблемы коммуникации: язык и перевод» (г. Москва, МПГУ, 30–31.03.2026), XXI Международная научно-практическая конференция «Профессионально ориентированный перевод: реальность и перспективы» (г. Москва, РУДН, 13–14.04.2026), Международная научная конференция «Герценовские чтения. Иностранные языки» (г. Санкт-Петербург, РГПУ им. А. И. Герцена, 16–17.04.2026), XII Международная научная конференция «Проблемы теории, практики и дидактики перевода» (г. Нижний Новгород, НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 04–06.05.2026).

Поставленные в диссертации цели и задачи определили **структуру исследования.** Диссертация состоит из введения, четырех глав, заключения,

библиографического списка цитируемых источников, списка словарей и справочных изданий, списка источников иллюстративного материала и приложения.

Во **введении** обосновывается актуальность исследования, определяются его цель, задачи и методы исследования, указывается его научная значимость и теоретическая новизна, приводятся положения, выносимые на защиту.

Первая глава – «Сущность аудиовизуального перевода» – посвящена рассмотрению аудиовизуального текста как полимодального образования, что обусловливает специфику аудиовизуального перевода. Рассматривается проблема определения понятия «аудиовизуальный перевод», приводится синхронный и диахронный анализ становления, развития и современного состояния аудиовизуального перевода, рассматривается соотношение понятий «аудиовизуальный перевод» и «локализация» и предлагается типология видов аудиовизуального перевода с выделением особого комплексного вида перевода трансмедийных проектов.

Вторая глава – «Коммуникативно-функциональный подход к исследованию аудиовизуального перевода» – посвящена рассмотрению сущности коммуникативно-функционального подхода к изучению переводческой деятельности. В главе рассматривается специфика изучения аудиовизуального перевода в русле коммуникативно-функционального подхода, вводится понятие «коммуникативная ситуация аудиовизуального перевода» и предлагается параметрическая структура коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода.

Третья глава – «Типология коммуникативных ситуаций с использованием аудиовизуального перевода» – содержит типологию и подробное описание восьми коммуникативных ситуаций аудиовизуального перевода, выделяемых в зависимости от формата аудиовизуальных произведений. Выделяются функции каждого из форматов аудиовизуальных произведений и описываются первичные и вторичные параметры каждой

коммуникативной ситуации в соответствии с предложенной параметрической структурой.

Четвертая глава – «Стратегии и тактики аудиовизуального перевода» – посвящена осмыслению понятий «стратегия перевода» и «стратегия аудиовизуального перевода» в русле различных исследовательских подходов. Также в главе описываются и иллюстрируются тактики перевода, применяемые в рамках реализации стратегии коммуникативно-равноценного перевода и стратегии переадресации.

В **Заключении** подводятся итоги проведенного исследования и намечаются перспективы дальнейшего изучения аудиовизуального перевода в русле предложенного подхода.

ГЛАВА 1. СУЩНОСТЬ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА

1.1. Полимодальный аудиовизуальный текст как объект перевода

Текст как объект изучения издавна привлекает внимание лингвистов, философов, специалистов в области коммуникации, переводоведов и представителей иных областей знания. Текст – коммуникативная единица высшего уровня – то есть цельная и прагматически ориентированная последовательность знаковых единиц, объединенных смысловыми связями. В связи с этим возникает логичный вопрос: а что за последовательность знаковых единиц образует текст и насколько важно учитывать специфику семиотической природы различных элементов данной последовательности при оценке того, как и какое коммуникативное воздействие оказывают тексты на реципиента, то есть получателя текста?

В течение долгого времени в отечественных и зарубежных исследованиях в области теории текста и теории перевода преобладал текстоцентрический подход: ученых интересовало единственное измерение текста, связанное непосредственно с его вербальной составляющей, их внимание было приковано к тексту как к последовательности словесных знаков. Как утверждал И. Р. Гальперин, «текст представляет собой некое образование, возникшее, существующее и развивающееся в письменном варианте литературного языка» [Гальперин 2007: 15]. Визуальное или аудиальное сопровождение текстов рассматривалось как «второсортный знаковый ресурс с меньшей интеллектуальной привлекательностью» [Stöckl 2004, цит. по: Чернявская 2009: 88].

Тем не менее, с появлением немого, а затем и звукового кино, с одной стороны, и с развитием семиотики текста и формированием семиотического направления в теоретических исследованиях кинематографического искусства, с другой стороны, еще в 30-е годы XX века киноведы, а затем и лингвисты, стали рассматривать кинематографические произведения как совокупность знаковых систем. Это позволило говорить о существовании

особого киноязыка, по своим возможностям в плане структурированности, выразительности и степени воздействия на реципиента не уступавшего естественному языку, а также об особом статусе кинотекста. Учитывая тот факт, что объектом исследования в данной диссертационной работе является перевод именно аудиовизуальных текстов, представляется необходимым рассмотреть различные, функционирующие в разные периоды развития лингвистической науки в целом, и переводоведения в частности, подходы к изучению такого рода текстов как синкретических полимодальных образований.

1.1.1. Киноязык и его специфика

Впервые на знаковую природу кинематографа обратил внимание советский кинорежиссер, сценарист и теоретик кино Л. Кулешов. За основную единицу данной семиотической системы он принимает кадр, который сравнивает с буквой, китайским иероглифом, наполненным смыслами и образами, которые затем актуализируются в ткани киноповествования в процессе монтажа: «Кадр должен действовать как знак, как буква, чтобы вы его сразу прочли и чтобы зрителю было сразу исчерпывающим образом ясно то, что в данном кадре сказано» [Кулешов 1929/1987: 179]. Из кадров, как из кирпичей, выкладывается мысль-фраза, а связующим звеном, синтаксической основой для построения нарратива из кинематографических мыслей-фраз является монтаж. Подобный структуралистский подход, свойственный гуманитарной науке первой половины XX века, стал первой ступенью для рассмотрения аудиовизуальных текстов как полисемиотических единств.

Ю. Н. Тынянов не использует термины «киноязык» или «кинотекст» как таковые, однако неоднократно подчеркивает тесную связь технических приемов, применяемых в кинематографе, с естественным языком. У кинофильма есть своя грамматика, собственные средства выразительности, собственные приемы создания смыслов, существующие не сами по себе, а

функционирующие как смысловые знаки. Крупные планы могут играть роль эпитетов и глаголов, и в то же время вневременность и внепространственность крупного плана становятся средством конструирования кинематографических метафор и сравнений [Тынянов 1929/1977: 333]. Симультанность представления нескольких зрительных рядов одновременно позволяет создавать ощущение рассказа, но не в литературном смысле, а посредством комбинации нескольких кинематографических приемов, которые создают полноценные смыслы без помощи вербальных знаков. Более того, в некоторых случаях слова в кадре могут стать лишними, ведь «если кино наполнить словами, – получится хаос слов, и только» [Там же. С. 328]. Таким образом, подчеркивая синкретичность и полисемиотичность киноконструкций, Ю. Н. Тынянов подводит к мысли о том, что кинематографическое произведение представляет собой не что иное, как особый вид текста.

Впервые термин «киноязык» встречается в работах С. М. Эйзенштейна, основой киноязыка он также видит монтаж как композиционное средство для воплощения смыслов, особый синтаксис построения каждого фрагмента кинокартины с условием соблюдения правил кино-орфографии [Эйзенштейн 1934/1964: 83]. Знаменитый режиссер подчеркивает знаковую природу киноязыка, также сравнивая кадры с китайскими иероглифами, кодирующими образы и смыслы. Аналогичным образом кадры в кинематографическом изложении выстраиваются в осмысленные контексты и ряды [Эйзенштейн 1929/1964: 284]. Похожую мысль высказывает и Р. О. Якобсон, обращая внимание на то, что «каждый феномен внешнего мира превращается на экране в знак» [Якобсон 1933/1996: 172]. Методом конверсии вещей в знак выступает синекдохическая природа киноязыка: благодаря возможностям использования различных планов из отдельных частей предметов создается целостный образ. Именно возможность использования кинематографических метафор и метонимий позволяет

означивать вещи реального мира, что и сближает киноязык с естественным языком.

Интересную точку зрения на специфику структуры кинознака как элемента киноязыка можно найти в работах Р. Барта. Учитывая, что любой знак, как писал еще Ф. де Соссюр, представляет собой соединение означающего и означаемого, Р. Барт, оставляя в стороне вербальные знаки, предлагает в качестве носителей означающего рассматривать также декорации, костюмы, пейзаж, музыку и жесты. Он подчеркивает синкретичность, неоднородность означающего, которая проявляется в обращении к различным органам чувств (зрению и слуху), формируя при этом эстетическую ценность кинофильма. Довольно важной представляется мысль о поливалентности и комбинаторности означающего кинознака, благодаря которым носители означающего, сливаясь и комбинируясь в соответствии с принципами киносинтаксиса, актуализируют означаемое кинознака, то есть все то, что находится вне фильма и должно в нем актуализироваться [Барт 2003: 196–198]. Данная мысль исключительно важна для понимания специфики аудиовизуального перевода, так как имманентность и трансцедентность значений, формируемых кинознаками в динамическом процессе развертывания киноповествования, оказывают существенное влияние на выбор стратегии и тактики перевода. Представление о киноязыке не как о совокупности кадров-кирпичей, выложенных в определенной последовательности, а как о совокупности семиотических кодов, позволяет говорить о специфике работы с аудиовизуальными текстами и о необходимости учитывать комплексное воздействие, которое аудиовизуальное произведение оказывается на своего реципиента, то есть зрителя.

На комплексность и симультанность кинематографического кода также обращает внимание У. Эко. По его словам, «в кинематографе, как, кстати, и в иконической семе, различные смысловые понятия не следуют друг за другом вдоль синтагматической оси, они даются одновременно и, взаимодействуя,

поочередно порождают различные коннотативные значения» [Эко 1968]. Обращая внимание на тройное членение кинематографического кода, У. Эко выделяет монемы или знаки (элементы первого членения) – означающие, денотирующие или коннотирующие означаемое; фигуры (элементы второго членения), которые имеют дифференциальное (позиционное и оппозиционное значения) и не определяют смысла, выделенного элементами первого членения; и кинеморфы (элементы третьего членения) – значимые единицы движения. Это тройное членение, усиленное дополнительными членениями звука и слова, создает ощущение реальности. Таким образом, киноязык – язык, «сполна отражающий действительность» [Там же]. Рассматривая киноязык в аспекте перевода, можно возразить мысли о вторичности звуковых и вербальных кодов, которые принимают непосредственное участие в формировании смыслов аудиовизуального произведения. Несмотря на то, что они относятся не столько к изучению кинематографического кода, сколько к семиологии кинематографического (в терминологии У. Эко – фильмического) сообщения, эти коды играют решающую роль в обеспечении понимания контекста в процессе коммуникации посредством киноязыка.

Огромный вклад в развитие семиотики кино в нашей стране внес Ю. М. Лотман. Он рассматривает кино как коммуникативную систему, а вербальные и иконические знаки (слова и рисунки) – как два типа независимых и равноправных культурных знаков, миры которых «находятся в постоянном взаимодействии, в непрерывном взаимопереходе и взаимоотталкивании» [Лотман 1973: 9]. Это важное замечание, так как оно ставит под сомнение исключительный примат вербальных знаков и позволяет взглянуть на аудиовизуальные тексты как на совокупность равноправных знаков, в различных пропорциях дополняющих друг друга в целях создания требуемого коммуникативного эффекта. Любой объект на экране, значимые шумы или звуковое сопровождение аудиовизуального

текста являются носителями значения и, соответственно, должны учитываться в процессе перевода.

Информация, передаваемая в процессе демонстрации кинопроизведения, актуализируется посредством сложно организованной совокупности разнообразных кодов, которую Ю. М. Лотман, по сути, и называет киноязыком. Элементом киноязыка представляется любая единица текста, включая зрительно-образные, графические и звуковые единицы, имеющая альтернативу, пусть и в форме неупотребления данной единицы, что позволяет говорить о ее сопряженности с каким-либо значением [Лотман 1973: 35]. С одной стороны, в отличие от Р. Барта, Ю. М. Лотман не считает слово факультативным элементом киноязыка, признавая его обязательным компонентом, формирующим значение. С другой стороны, он говорит о важности видеоряда («фотографического уровня»), который, при всем синтетизме элементов киноязыка, играет доминирующую роль в построении киноповествования [Там же. С. 38–42]. Динамический характер представления информации средствами киноязыка обусловливает свободу выбора того или иного элемента, превращая набор элементов «фотографического уровня», дополненный аудиальными элементами, в инструмент выражения «творческой свободы выбора вариантов» [Лотман, Цивьян 1994: 26].Таким образом, все элементы киноязыка, при всем их разнообразии, довольно четко делятся на элементы визуальной и аудиальной природы, что позволяет рассматривать киноязык не только в контексте кинематографа, но и других форматов аудиовизуального искусства (реклама, видеоигры) и использовать генерализованный термин «аудиовизуальный язык».

Логично предположить, что существование киноязыка (аудиовизуального языка) обусловливает и существование кинотекста – специфической последовательности знаковых единиц визуальной и вербальной природы, представляющей собой основную единицу кинематографической коммуникации. С точки зрения структурно-

семиотического подхода, кинотекст рассматривается как дискретная последовательность непрерывных участков текста [Цивьян 1984: 109]. План выражения такого текста составляют ядерные элементы кадра (субьект, то есть предмет съемки, и позиция – пространство в кадре). План его содержания составляет временна́я интерпретация отношений между смежными ядерными кадрами, совокупность которых Ю. Г. Цивьян называет базовой цепочкой [Там же. С. 111]. Базовые цепочки развертываются в синтагмы, различные типы синтагм и развертываний обусловливают различные способы кинематографического воплощения содержания кинотекста. Подобного подхода придерживается и К. Метц, говоря о наличии специфической кинематографической грамматики, лексики и стилистики. Интересно, что в рамках структурно-семиотического подхода киноязык, с одной стороны, конструируется по принципам естественного языка, а с другой стороны, этому естественному языку противопоставляется. В этой связи К. Метц даже говорит о необходимости создания особого метаязыка для анализа фильмов [Метц 1968/1985: 128]. Так как в рамках данного диссертационного исследования рассматривается аудиовизуальный перевод, то есть работа и с вербальной составляющей текста кино и прочих аудиовизуальных произведений, необходимо обратиться к другим подходам к рассмотрению данного явления.

Иная точка зрения относительно специфики кинотекста зиждется на исключительно лингвистическом подходе к его пониманию: основное внимание исследователей направлено на кинодиалог – «вербальный компонент гетерогенной системы – фильма, смысловая завершенность которого обеспечивается видеорядом последнего» [Горшкова 2006: 52]. Несмотря на указание видеоряда как обязательного элемента, обеспечивающего экспликации смыслов, заложенных в кинодиалоге, доминирующим в рамках данного подхода видится именно вербальный компонент. Безусловно, важность вербального компонента в аудиовизуальном произведении сложно переоценить. Как справедливо

отмечает С. Козлофф, кинодиалог используется для идентификации диегетического мира фильма, функционирует в качестве своеобразного якоря, закрепляющего определенные значения за конкретными визуальными образами [Kozloff 2000: 35][1]. Тем не менее, было бы методологически неверно рассматривать кинодиалог в отрыве от остальных элементов аудиовизуального языка, так как именно совокупность вербальных и невербальных элементов такого рода текстов позволяет реципиенту уловить и усвоить смыслы, вложенные в аудиовизуальное произведение, а также получить когнитивное и эстетическое наслаждение от просмотра.

Наиболее адекватным в рамках данного исследования видится комплексный подход к рассмотрению кинотекста как результата творческого самовыражения его создателей, оперирующих средствами аудиовизуального языка, в котором учитывается в равной степени как вербальная, так и невербальная составляющие, ведь основным источником воздействия и оказания коммуникативного эффекта на реципиента является звукозрительный образ: «динамическая система пластических форм, которая существует в экранных условиях пространственно-временных измерений и аудиовизуальными средствами передает последовательность развития мысли художника о мире и о себе» [Усов 1980: 17]. Вербальная и невербальная семиотические системы оперируют в кинотексте различными знаками. Г. Г. Слышкин и М. А. Ефремова подразделяют знаки кинотекста на звуковые лингвистические (речь персонажей, закадровая речь, песни); звуковые нелингвистические (естественные шумы, технические шумы, музыка); визуальные лингвистические (титры инициальные, финальные и внутритекстовые, надписи как часть интерьера или реквизита); визуальные нелингвистические (образы персонажей, движения персонажей, пейзаж,

[1] Здесь и далее перевод иноязычных источников на русский язык наш – *Е. М.*

интерьер, реквизит, спецэффекты). Организующим началом для построения связного кинотекста из указанных выше знаков являются кинематографические коды: ракурс, кадр, свет, план, сюжет, художественное пространство, монтаж [Слышкин, Ефремова 2004: 19]. Данная классификация представляется достаточно условной. Так, песня, исполняемая под музыку, представляет собой одновременно звуковой лингвистический и нелингвистический знак. Не совсем понятно разделение шумов на технические и естественные, а образ персонажа может формироваться посредством знаков всех типов. Тем не менее, отрадно, что данный подход, постулирующий необходимость учета всех элементов семиотических систем, участвующих в построении текста аудиовизуального произведения, и озвученный еще в середине прошлого века, вернулся в методологический аппарат современной отечественной лингвистики.

Исходя из неоднородной семиотической природы кинотекста, логичным представляется понимать данный феномен как «связное, цельное и завершенное сообщение, выраженное при помощи вербальных (лингвистических) и невербальных (иконических и /или индексальных) знаков, организованное в соответствии с замыслом коллективного функционально дифференцированного автора при помощи кинематографических кодов, зафиксированное на материальном носителе и предназначенное для воспроизведения на экране и аудиовизуального восприятия зрителями» [Там же. С. 32]. Исследователи сразу оговариваются, что данное определение относится исключительно к кинотексту художественных фильмов. Тем не менее, его можно отнести и к любым другим текстам, сочетающим иконические и индексальные знаки, выраженные посредством аудиальных и визуальных способов предъявления информации реципиенту и, соответственно, воспринимаемых посредством зрения и слуха. Г. Г. Слышкин и М. А. Ефремова называют такие тексты медиатекстами, относя к ним не только кинотексты, но и телетексты (телевизионные программы), видеотексты (видеофильмы) и компьютерные

тексты (видеоигры) [Там же. С. 12]. И сам термин «медиатекст», и предложенная классификация типов медиатекстов представляются весьма спорными. Во-первых, термин «медиатекст» традиционно трактуется достаточно широко; под ним понимаются любые дискретные единицы медиапотока: газетные статьи, радиопередачи, телевизионные новости, интернет-реклама, то есть различные виды продукции средств массовой информации [Добросклонская 2005: 28]. Во-вторых, учитывая современные реалии, выделение видеофильма и кинофильма в отдельные категории представляется бессмысленным, так как с развитием стримингового онлайн-вещания грань между данными типами стерлась окончательно.

Учитывая все сказанное, в настоящем диссертационном исследовании предлагается использовать термин «аудиовизуальный текст» как наиболее общий с точки зрения включения в ранг аудиовизуальных различных типов текстов, отличительной чертой которых является семиотическая неоднородность и использование аудиальных и визуальных знаков с целью конституирования знакоткани текста и обеспечения восприятия такого текста конечным реципиентом. С другой стороны, данный термин позволяет отказаться от более широкого термина «медиатекст», который используется для номинации медийного текста любого формата и жанра. В дальнейшем основное внимание будет сосредоточено на понимании сущности исследования аудиовизуальных текстов с позиций лингвистики и переводоведения.

1.1.2. Поликодовый vs полимодальный текст

Как свидетельствуют работы зарубежных исследователей, аудиовизуальные семиотически гетерогенные тексты стали объектом изучения лингвистов в 70-х годах XX века. В 1970 году Р. О. Якобсон обратил внимание на неоднородность коммуникации с использованием языка и предложил «проводить четкую грань между гомогенными сообщениями, основывающимися на одной семиотической системе, и синкретическими

сообщениями, основывающимися на комбинации или объединении разных знаковых систем» [Якобсон 1985: 327]. Речь идет как о естественном синкретизме семиотических систем, как, например, о традиционном исполнении поэтических произведений нараспев и под музыку, так и об искусственном синкретизме, таком как при создании сложных синкретических семиотических систем, например кинематографических мюзиклов. Чуть позже Г. В. Ейгер и Л. Юхт предложили разграничивать монокодовые и поликодовые тексты, относя к последним «случаи сочетания естественного языкового кода с кодом какой-либо иной семиотической системы (изображение, музыка и т. п.)» [Ейгер, Юхт 1974, цит. по: Большакова 2008: 21].

Свой вклад в понимание текста как сложного гетерогенного семиотического конструкта внесла и коммуникативная лингвистика. По мнению С. Гепфериха, «с коммуникативной точки зрения нет смысла разграничивать вербальные и невербальные компоненты текста и сосредоточивать рассмотрение текста только на вербальных средствах его выражения» [Göpferich 1999, цит. по: Алексеева 2008: 25]. Особое внимание при рассмотрении текста необходимо обращать не столько на вербальный, сколько на семиотический состав текста, так как текст – это «тематически и/или функционально ориентированный, когерентный лингвистический или лингво-изобразительный комплекс, созданный с определенной интенцией, с коммуникативным намерением, выполняющий распознаваемую коммуникативную функцию… и представляющий собой содержательную и функционально законченную единицу [Там же]. Постепенное переключение фокуса внимания как лингвистов в целом, так и переводоведов в частности на тексты, сочетающие в себе элементы различной семиотической природы, связано, скорее всего, с эволюцией процессов коммуникации и текстопорождения. С широким распространением кино, телевидения, а затем глобальной сети Интернет, и с появлением текстов, сочетающих в себе вербальную, визуальную и аудиальную составляющие, текст как категория

стал восприниматься в качестве сложноорганизованного полисемиотического единства. На это обратил внимание У. Эко в своей публичной лекции, прочитанной в МГУ в 1998 году, в которой он отметил, что наша цивилизация становится все больше «image-oriented», то есть ориентированной не столько на слово, сколько на изображение [Эко 1998]. По мнению Б. Сэндиуэлла, «мы живём в эру, когда повсеместно, в планетарном масштабе, происходит “визуализация” мира и повседневной жизни» [Sandywell 2016: 3].

В отечественной лингвистике нет единого мнения относительно термина, который следует использовать для обозначения семиотически гетерогенных текстов. Ю. А. Тарасовым и Е. Ф. Сорокиным был предложен термин креолизованные тексты, «фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [Сорокин, Тарасов 1990: 180–181]. Ввиду того, что термин «креолизованный» вызывает ассоциации с креолизованными языками, для которых характерно не столько создание сложных гетерогенных семиотических образований, сколько упрощение структуры языка-источника, другие исследователи предлагают иные термины для обозначения текстов, включающих элементы различной знаковой природы: «видеовербальные тексты» [Пойманова 1997], «контаминированные тексты» [Бельчиков 1996], «интерсемиотические тексты» [Бочкарев 2003], «семиотически обогащенные тексты» [Чигаев 2010], «поликодовые тексты» [Бернацкая 2000; Сонин 2006; Большакова 2008; Чернявская 2009; Максименко 2012; Кобзева 2017 и др.]. В отечественных исследованиях в области перевода семиотически гетерогенных текстов также отсутствует единое мнение в отношении выбора терминологического инварианта для обозначения такого рода текстов. Так, переводоведы рассматривают специфику перевода креолизованных текстов [Дубовицкая 2011; Дугалич 2017; Кузенкова 2022 и др.], поликодовых текстов [Аносова 2011; Кустова, Лядова 2016; Неверова, Бондаренко,

Коротких, Стрельцова, 2019; и др.], полимодальных текстов [Малёнова 2019; Куковская 2020], что создает определенную терминологическую вариативность и чаще приводит к банальному умножению сущностей.

Довольно подробный анализ терминов, предлагаемых отечественными лингвистами для номинации такого рода текстов, приведен в работе О. И. Максименко, в которой автор совершенно обоснованно пишет, что «для текстов, организованных комбинацией естественного языка с элементами других знаковых систем или упорядоченных множеств, еще не выработалось единого общепринятого терминологического обозначения» [Максименко 2012: 97]. Автор последовательно подвергает критике термины, функционирующие в современной лингвистике для обозначения семиотически неоднородных текстов, и предлагает остановиться на термине «поликодовый текст» как на наиболее оптимальном варианте [Там же. С. 100].

Под поликодовыми текстами понимаются тексты, образованные в процессе взаимодействия и взаимопроникновения средств вербализации и средств визуализации сообщения [Чернявская 2009: 96]. Под кодом в данном случае необходимо понимать «систему условных обозначений, символов, знаков и правил их комбинации между собой для передачи, обработки и хранения (запоминания) информации в наиболее приспособленном для этого виде» [Там же. С. 90]. То есть поликодовый текст – когерентное целое, состоящее из нескольких семиотических кодов, противопоставляемое монокодовому и дикодовому текстам: гомогенным линейным или нелинейным образованиям, включающим коды одной или двух знаковых систем соответственно [Большакова 2008: 21–22]. Учитывая специфику восприятия семиотически гетерогенных текстов, А. Г. Сонин предлагает разделять поликодовые и полимодальные тексты, определяя первые как тексты, которые «различны по своей семиотической природе, но предназначены исключительно для зрительного восприятия» [Сонин 2006: 21]. В то же время тексты, «не только включающие гетерогенные

составляющие, но воспринимаемые благодаря одновременной работе двух или нескольких перцептивных (сенсорных) модальностей» [Там же], А. Г. Сонин предлагает рассматривать как полимодальные. Таким образом, предлагается провести важный водораздел между текстами, образованными путем взаимодействия и взаимопроникновения различных семиотических систем, но воспринимаемых исключительно посредством включения одной перцептивной модальности (поликодовыми), и синкретическими семиотически гетерогенными текстами, воспринимаемыми посредством функционирования двух или более перцептивных модальностей (полимодальными). К первому типу текстов относятся, например, комиксы, тексты рекламных объявлений, снабженные паралингвистическими элементами, так как такие тексты воспринимаются исключительно визуально. Ко второму типу текстов будут относиться любые тексты, имеющие аудиальную и визуальную составляющие: кинофильмы, телевизионные сериалы, музыкальные видеоклипы, документальные фильмы, спортивные видеорепортажи и т. п., воспринимаемые посредством работы как минимум двух сенсорных модальностей, то есть зрения и слуха.

Интересно, что дихотомия терминов поликодовый/полимодальный приводит к разделению семиотических кодов, сочетающихся в тексте, и каналов, по которым эти коды транслируются. В результате текст кинофильма рассматривается одновременно и как поликодовый, то есть содержащий вербальный, визуально-изобразительный и звуко-музыкальный ряд, и как полимодальный, так как информация, содержащаяся в тексте, поступает к зрителю по двум каналам: визуальному и аудиальному [Винникова 2009: 9]. На этом основании Ю. А. Евграфова подразделяет семиотически гетерогенные тексты на поликодовые-мономодальные и поликодовые-полимодальные [Евграфова 2018: 88]. Таким образом, гетерогенные тексты, сочетающие в себе различные способы исключительно визуального представления информации (комиксы, демотиваторы, визуальная реклама), относятся автором к поликодовым-мономодальным

текстам. Все остальные гетерогенные тексты (фильмы, аудиовизуальная реклама, телевизионные передачи и т. п.) предлагается считать поликодовыми-полимодальными. В данном случае подобная номинация представляется избыточной, так как гетерогенность текста как раз и подразумевает его поликодовость. А учитывая тот факт, что в текстах, включающих аудиальную и визуальную информацию, природа взаимодействующих и взаимовключенных семиотических систем, используемых для представления информации, напрямую зависит исключительно от специфики перцептивной модальности их восприятия реципиентом, термины «поликодовый» и «полимодальный» становятся взаимодополняющими. Так как знаковая природа текстов, ставших материалом данного диссертационного исследования, обусловлена сочетанием аудиальной и визуальной информации, доставляемой реципиенту в большинстве случаев посредством соответствующих каналов и воспринимаемой посредством работы соответствующих перцептивных модальностей, то такие в тексты в данной работе будут определяться как полимодальные аудиовизуальные тексты.

1.1.3. Семиотически гетерогенные тексты в зеркале переводоведения

Как и классическая лингвистика, теория перевода довольно долго оставалась мономодальной дисциплиной, независимо от того, какие типы текстов подвергались изучению. Изначально переводоведение представляло собой по большей части лингвистическую дисциплину, в задачи которой входило изучение закономерностей преобразования текста на одном языке в текст на другом языке без учета внетекстовой, паралингвистической семиотической составляющей. Тем не менее, необходимо отметить, что тексты, разнородные по своей семиотической природе, также спорадически попадали в поле зрения отечественных и зарубежных переводоведов. Так, А. В. Фёдоров вскользь упоминает дублирование фильмов как один из типов деятельности, охватываемой понятием перевод [Фёдоров 2002: 13].

А. Д. Швейцер, говоря о случаях отступлений от полной эквивалентности, приводит в пример переводы названий фильмов [Швейцер 1988: 97]. О дублировании фильмов как о новом виде переводческой деятельности, требующем особого подхода, упоминает В. Н. Комиссаров, ссылаясь на работы болгарского переводоведа А. Людсканова [Комиссаров 1999: 120]; похожая мысль также появляется в работе С. В. Тюленева [Тюленев 2004: 34]. Позже Н. К. Гарбовский упоминает в своем учебнике такой вид перевода, как создание субтитров к кинофильмам, справедливо отмечая, что в этом случае оригинал по своей вещественной основе не совпадает с текстом перевода [Гарбовский 2007: 353].

Зарубежные переводоведы также не обошли вниманием тексты, в которых знаки естественного языка сочетаются со знаками иной природы. К. Райс в своей типологии текстов, подвергающихся переводу, выделяла отдельный тип аудиомедиальных текстов, имеющих комплексный характер, обусловленный их зависимостью от нелингвистической (технической) среды коммуникации (media), а также графических, аудиальных и визуальных выразительных средств [Reiss 2000: 43]. К таким текстам К. Райс относит скрипты теле- и радиопередач, любые тексты, сочетающие вербальный и музыкальный компоненты, театральные постановки, фильмы и т. п., которые могут быть ориентированы на содержание (радиообращения, документальные программы), форму (тематические обзоры, драматические произведения) или на воздействие (комедии и трагедии) [Там же. С. 43–44].

Позже Б. Шпиллнер ввел понятие «мультимедиальные тексты», имея в виду семиотически осложненные тексты, в которых 1) вербальные и невербальные знаки могут дополнять и взаимно детерминировать друг друга; 2) каждая знаковая система специфически вовлечена в формирование значения текста; 3) вербальная и невербальная части текста могут быть поняты только в комплексе, через общий текст [Spillner 1995: 84]. Причиной выбора данного термина стала неприменимость термина «аудиомедиальные тексты» к семиотическим гетерогенным текстам, не содержащим

аудиального компонента, например, к комиксам и иным текстам, включающим исключительно вербальный и визуальный компоненты. Необходимо отметить, что, вероятно, под влиянием работы Б. Шпиллнера К. Райс внесла изменения в собственную классификацию текстов, выделив «аудиомедиальный текст» как суперконструкт, включающий в себя три остальных типа текстов (оперативный, экспрессивный и информативный) и дополнительную информацию, «передаваемую не только с помощью языка, а посредством иных знаковых систем (изображение + текст, музыка и текст, жесты, выражение лица, декораций на сцене, слайдов и текста и т. д.)» [Reiss 2004: 173].

Выбор К. Райс и Б. Шпиллнером терминоэлемента «медиальный», будь то аудиомедиальный или мультимедиальный текст, в современных реалиях представляется не совсем корректным, так как с развитием информационных технологий термин «мультимедиа» стал относиться не столько к формированию новых значений, сколько к обозначению формы упаковки и доставки информации посредством различных каналов и технологий передачи информации. Аналогичного мнения придерживается и М. Снелл-Хорнби, которая предлагает отказаться от единого зонтичного термина для обозначения семиотически гетерогенных текстов и распределить такого рода тексты по четырем классам:

1) мультимедиальные (аудиовизуальные) тексты, которые передаются посредством технических и/или электронных каналов, включающих визуальный и звуковой компоненты (материалы для кино или телевидения, субтитры и суртитры);

2) мультимодальные тексты, включающие в себя различные модусы вербального и невербального выражения, в том числе визуальный и звуковой компоненты, как например: в драматическом спектакле или опере;

3) мультисемиотические тексты, сочетающие различные модусы вербального и невербального выражения (например, комиксы или печатная реклама);

4) аудиомедиальные тексты, написанные для того, чтобы быть произнесенными, и предназначенные для восприятия со слуха, а не в письменной форме (например, речи политиков, научные доклады) [Snell-Hornby 2006: 85].

С одной стороны, такой подход к выделению различных классов семиотически гетерогенных текстов оправдан, так как такого рода тексты действительно разнятся как с точки зрения семиотических систем, участвующих в формировании смыслов и воздействии на реципиентов, так и с точки зрения используемых каналов передачи информации. С другой стороны, по той же самой причине данная классификация неприменима для исследования современных синкретических аудиовизуальных образований. Так, драматический спектакль, транслируемый по телевидению с субтитрами, снабженный для достижения оптимального эффекта воздействия графическими вставками или интертитрами и сопровождающийся аудиодескрипцией для слабовидящих зрителей, является одновременно аудиовизуальным, мультимодальным, мультсемиотическим и аудиомедиальным текстом.

Совершенно логичным представляется тот факт, что новый виток интереса лингвистов и переводоведов к семиотически гетерогенным текстам совпадает и с «аудиовизуальным поворотом» в изучении перевода, на который обратила внимание А. Ремаель [Remael 2010: 15]. Мысль о наличии интерсемиотического перевода как отдельного вида перевода, высказанная Р. О. Якобсоном еще в середине XX века [Jakobson 1959: 233], стала отправной точкой для формирования отдельного направления переводоведения – аудиовизуального перевода – объектом которого и являются аудиовизуальные полимодальные тексты, конституируемые посредством взаимодействия разных знаковых систем. В связи с этим И. Гамбье предположил, что любой текст априори полисемиотичен, а мономодальных текстов не существует в принципе. Различные семиотические ресурсы комбинируются как в традиционных текстах, так и в

гипертекстах, а также в текстах, транслируемых на экранах [Gambier 2006: 6]. Таким образом, каждый текст, являясь не столько застывшим вербальным конструктом, сколько основой любого процесса коммуникации, обладает свойством мультимодальности, которое понимается как «коммуникативные артефакты и процессы, в которых соединяются разные знаковые системы (модусы) и при производстве и восприятии которых коммуникантам необходимо распознать семантическую и формальную взаимосвязь всех знаков, входящих в используемый семиотический репертуар» [Stöckl 2004: 9]. Учитывая тот факт, что наибольшим потенциалом для использования максимально богатого семиотического репертуара обладает именно текст, транслируемый с экрана, являющийся одновременно коммуникативным артефактом, имеющим, порой, большое культурное значение, для номинации такого рода текстов в зарубежной лингвистике применяется термин «multimodal text», который в отечественной традиции был переведен как «полимодальный текст». По сути, термины «мультимодальный» и «полимодальный» в этом смысле являются синонимами, поэтому в тексте диссертационного исследования в качестве рабочего термина функционирует вариант «полимодальный», который соответствует англоязычному multimodal.

1.1.4. Специфика полимодального аудиовизуального текста как объекта перевода

Основной принцип поли-(мульти-)модальности состоит в том, что каналы передачи информации в полимодальном тексте сознательно смешиваются, а отдельные семиотические модусы перестают выполнять традиционно предписанные им задачи. Под семиотическим модусом (mode) понимается семиотический ресурс, который позволяет материализовать соответствующее значение, «социально опосредованные и культурно обусловленные ресурсы, использованные для порождения значений» [MODE, 2012]. В результате устоявшиеся семиотические принципы начинают

работать как в отдельных модусах, так и в их переплетениях, и тогда музыка может кодировать действия, а изображения могут кодировать эмоции [Kress, Van Leeuwen 2001: 2]. Таким образом, функционал отдельных семиотических модусов становится, по сути, неограниченным, а функции, выполняемые теми или иными модусами в тексте, зависят не от природы соответствующих модусов, а от прагматических задач, стоящих перед авторами текста, и культурно-обусловленных факторов.

Говоря о классификации модусов, функционирующих в полимодальных аудиовизуальных текстах (телевизионных передачах и кинофильмах), Х. Штёкль [Stöckl 2004: 13] выстраивает иерархию каналов, модусов и субмодусов, реализующихся в текстах и воздействующих как на процесс создания полимодальных текстов, так и на процесс их восприятия. Он выделяет два перцептивных канала, используемых для передачи и восприятия информации: визуальный и аудиальный. Ключевым модусом (core mode) для визуального канала становится изображение, ключевые модусы аудиального перцептивного канала – музыка и звук. Лингвистический модус находится в точке смешения перцептивных каналов, так как благодаря функционированию в полимодальных аудиовизуальных текстах как устной, так и письменной речи лингвистический модус может актуализироваться и восприниматься по-разному. Для каждого из ключевых модусов лингвист выделяет варианты материальной репрезентации (medial variants). Так, для модуса изображения такими вариантами будут статичное (неподвижное) и динамичное (движущееся) изображение, по аналогии для лингвистического модуса вариантами репрезентации становятся статичная и анимированная письменная речь, устная речь выделяется в отдельный вариант. Для аудиального модуса вариантами материальной репрезентации становятся исполняемая (звучащая музыка) и застывшая музыка в форме партитуры. В данном случае партитура, зафиксированная в печатной форме посредством использования нотной грамоты, может относиться к аудиальному модусу весьма опосредовано, но Х. Штёкль оговаривается, что

его классификация не свободна от упрощений и не претендует на абсолютную истинность. Для каждого из вариантов репрезентации Х. Штёкль выделяет периферические и субмодусы, некоторым из которых приписывает наиболее характерные черты. Так, для варианта репрезентации модуса устной речи периферийным модусом будут ее паралингвистические элементы, субмодусами – громкость, интонация, частота, качество голоса, ритм, скорость и паузирование, а специфическими чертами – хронометраж, посыл и мотивы.

Необходимо отметить, что с развитием технологий, используемых при создании полимодальных аудиовизуальных текстов, в целях усиления коммуникативного и эмоционального эффектов, оказываемых на зрителя, авторы таких текстов начинают активно подключать новые перцептивные каналы и семиотические модусы. Так, при демонстрации кинофильма Р. Родригерса «Дети шпионов – 4» был задействован ольфакторный перцептивный канал. Перед сеансом зрителям выдавались так называемые аромаскопы – карточки, на которых были нанесены ароматические масла, снабженные порядковыми номерами. Когда на экране появлялась цифра от 1 до 8, зрителям необходимо было потереть соответствующий кружок на аромаскопе, чтобы уловить тот же аромат, что и герои фильма [Kinonews 2011]. Соответственно, посредством ольфакторного перцептивного канала в данном случае актуализируется ключевой модус «запах», субмодусом для которого становятся тип аромата и его интенсивность. Интересно, что благодаря сочетанию модусов, актуализируемых посредством различных перцептивных каналов, создавался комический эффект: на экране мы видим главную героиню с младенцем на руках, слышим характерный звук и понимаем, что младенец испражняется в подгузник, вербально шутка поддерживается фразой главного злодея: «*Джентльмены, пахнет чечевицей и отчаянием*», а потерев аромаскоп, зрители неожиданно для себя чувствуют запах шоколада. Такой туалетный юмор весьма характерен для американского кинематографа, а несоответствие ключевого модуса «запах»

остальным элементам полимодального единства данной сцены производит эффект обманутого ожидания. Таким образом, реальность, создаваемая кинофильмом, благодаря использованию сочетания различных модусов, переходит в формат 4D.

Крупнейшая азиатская сеть мультиплексов CJ CGV в целях полного погружения зрителей в контекст кинофильма разработала систему 4DX™, которая активно подключает не только ольфакторный, но и кинестетический перцептивный канал. Слоганом компании стала фраза «Не смотри кино. Будь в нем!». Кинотеатры снабжаются специальными креслами, которые передвигаются и наклоняются в соответствии с движением камеры, вибрируют во время батальных сцен, выпускают потоки воздуха и распыляют влагу для имитации различных погодных условий и движений предметов (например, пуль, якобы пролетающих над головами зрителей), выпускают дым или ароматические масла в соответствии с действием, происходящим на экране [BFI 2014]. Таким образом, авторы полимодальных аудиовизуальных текстов применяют весь арсенал доступных семиотических модусов и субмодусов для создания иммерсивной среды, порождающей эффект полного или частичного погружения зрителя в кинореальность.

Основываясь на допущениях С. Джуита [Jewitt 2009: 14–15], и рассуждениях, приведенных выше, можно сделать следующие выводы:

1. Значения в полимодальных аудиовизуальных текстах могут порождаться, упаковываться, транслироваться, восприниматься и интерпретироваться посредством различных семиотических модусов, включая лингвистический модус, но ими отнюдь не ограничиваясь.

2. Используемые модусы культурно, исторически и социально обусловлены и образуют полимодальные единства, в которых играют специфическую роль, обусловленную контекстом и хронотопом полимодального аудиовизуального текста.

3. Для процесса порождения и восприятия значений в полимодальных аудиовизуальных текстах важно взаимодействие различных модусов,

актуализируемых посредством различных перцептивных каналов, поэтому анализировать необходимо не столько роль каждого отдельного модуса, сколько их взаимопроникновение и взаимовлияние.

Именно эти свойства полимодальных аудиовизуальных текстов делают их специфическим объектом перевода. На особую семиотическую природу аудиовизуального текста в аспекте его перевода одним из первых обратил внимание Д. Делабастита. В своих размышлениях он исходит из тезиса, что мультиканальная и мультикодовая специфика процесса коммуникации, осуществляемой посредством аудиовизуального текста, определяет специфику организации процесса перевода. Д. Делабастита четко разделяет каналы передачи информации (акустический и визуальный) и семиотические коды, посредством которых зрителю транслируются заложенные в аудиовизуальный текст смыслы. Д. Делабастита выделяет четыре группы таких кодов: вербальные коды, включающие в себя разнообразные лингвистические и паралингвистические субкоды; литературно-театральные коды (построение сюжета и диалогов, использование соответствующих нарративных стратегий и т. п.); проксематические, кинесические, вестиментарные коды, коды, транслируемые посредством макияжа, коды вежливости и морали; кинематографические коды, включающие правила, жанры, технологии и конвенции, принятые в кинематографе [Delabastita 1989: 196–197]. Особое внимание обращается на то, что совокупность этих кодов образует единый макрознак, в котором сочетаются визуальные вербальные, визуальные невербальные, акустические вербальные и акустические невербальные семиотические коды. Комплексная семиотическая система аудиовизуального произведения в совокупности с технологическими факторами, обусловленными видом выполняемого перевода и спецификой культуры языков оригинала и перевода, накладывает на переводчика существенные ограничение (constraints). Таким образом, процесс перевода аудиовизуального текста заключается не в простой замене его вербальной составляющей эквивалентными вербальными элементами на

языке оригинала, а в создании такого продукта процесса перевода, который будет представлять фильм на языке перевода как единое целое, включая его непереведенные и невербальные элементы [Там же. С. 214].

Концепция ограниченного перевода подробно изложена в работах Р. Майораля и коллег, посвященных переводу полимодальных аудиовизуальных текстов. Источники ограничений обусловлены, во-первых, комплексным включением в процесс формирования значений различных «коммуникативных сред» (язык, изображение, звук и т. п.), а во-вторых, изменением визуального канала передачи информации в исходном тексте на аудиальный канал в тексте перевода, например, при адаптации письменного текста к нормам устной речи. В процессе перевода необходимо учитывать то, как различные коммуникативные элементы полимодального текста влияют на порождаемые значения, и избегать несоответствия вербального элемента аудиовизуального текста невербальным элементам и общему контексту аудиовизуального произведения [Mayoral, Kelly, Gallardo 1988: 365]. Также необходимость соблюдать синхронию сигналов, формирующих одно и то же значение и участвующих в передаче одного и того же сообщения, становится причиной ограничения степени свободы переводчика в принятии переводческого решении. Р. Майораль и коллеги выделяют пять типов такой синхронии:

1. Временна́я синхрония – совпадение по времени различных сигналов, которые порождают одно и то же значение.

2. Пространственная синхрония – время, отведенное на сигнал в оригинале и в переводе, совпадает.

3. Контекстуальная синхрония – значения, передаваемые различными сигналами, соответствуют друг другу и общему контексту сообщения.

4. Фонетическая синхрония – совпадение звуковых сигналов при произнесении диалогов с работой речевого аппарата актера, видимой на экране.

5. Персонажная синхрония – гармоничное сочетание внешности актера с его или ее речью и голосом [Там же. С. 359].

Понятие ограниченного перевода можно рассматривать с разных точек зрения. С одной стороны, наличие пяти видов синхронии и полимодальная природа аудиовизуального произведения действительно заставляют переводчика более тщательно подходить к принятию переводческого решения. С другой стороны, использование различных модусов (в терминологии Р. Майораля и коллег «коммуникативных сред») для порождения значений расширяет спектр возможностей переводчика, позволяя использовать творческие элементы переработки исходного текста с опорой на тот или иной модус. К. Кайндл критикует подобный подход, обращая внимание на то, что «ограничения указывают на то, что нелингвистические элементы рассматриваются как препятствия для переводчика, осложняющие его или ее непосредственную работу с текстом; таким образом, невербальные модусы не рассматриваются как коммуникативные элементы текста» [Kaindl 2013: 260]. В поддержку данной точки зрения автор приводит слова П. Сабальбескоа, утверждающего, что «понятие ограниченного перевода иногда использовалось для обозначения любого вида перевода, который заставлял несклонного к этому теоретика учитывать ту роль, которую играют невербальные элементы текста» [Zabalbeascoa 2008: 23]. В рамках данного диссертационного исследования невербальные элементы аудиовизуального полимодального текста не рассматриваются как нечто, ограничивающее переводчика. Наоборот, акцент делается на необходимости принимать во внимание все модусы аудиовизуального произведения, образующие сложное семиотическое единство и оказывающие комплексное воздействие на реципиента, что заставляет переводчика учитывать их воздействие и смыслы, ими порождаемые, в процессе перевода.

Если рассматривать процесс порождения значения с точки зрения полимодальности, то вслед за И. Гамбье [Gambier 2006] можно утверждать,

что любой текст сочетает в себе различные семиотические ресурсы, в большей или меньшей степени влияющие на выбор переводческого решения. Тем не менее, аудиовизуальный текст настолько богат семиотическими ресурсами, используемыми авторами в различных сочетаниях, что Ф. Чауме определяет его как «семиотический конструкт, сочетающий несколько означающих кодов, одномоментно порождающих значение» [Chaume 2004 (a): 16]. Каждый из означающих кодов не просто добавляет дополнительную окраску к значениям, воспринимаемым зрителями, – только в совокупности семиотические коды передают те смыслы, которые были заложены в аудиовизуальный текст его авторами. И. Гамбье [Gambier 2019: 53] отмечает, что роль отдельных знаков в формировании значений относительна: в отдельных сценах звуковое оформление может быть важнее визуального ряда, операторская работа может транслировать больше смыслов, чем диалоги, ее сопровождающие. В связи с этим И. Гамбье выделяет 14 семиотических кодов (см. табл. 1.1), в той или иной степени участвующих в порождении значения.

Таблица 1.1

Семиотические коды в аудиовизуальном тексте [Gambier 2019: 53]

Элементы	**Аудиоканал**	**Видеоканал**
Вербальные элементы (знаки)	– лингвистический код (диалоги, монологи, комментарии, закадровый голос); – паралингвистический код (подача, интонация, акценты); – художественно-театральный код (сюжет, нарратив, драматургия, ритмическое оформление речи)	графический код (буквы, заголовки, текст меню, названия улиц, интертитры, субтитры)
Невербальные элементы (знаки)	– шумо-звуковой код (звуковые спецэффекты); – музыкальный код; – паралингвистический код (качество голоса, паузы, тишина, громкость голоса, вокальные шумы: плач, крик, кашель и т. д.)	– иконографический код; – фотографический код (свет, перспектива, цвета); – сценографический код (оформление пространства в кадре, сценография); – фильмический код (особенности операторской работы, монтаж,)

Продолжение таблицы 1.1

Элементы	Аудиоканал	Видеоканал
		– кинесический код (жесты, манера поведения, позы, мимика, взгляды); – проксемический код (движения, использование пространства, дистанция между персонажами); – костюмный код (включая прически, грим и т. п.)

С точки зрения вариантов реализации семиотических кодов в аудиовизуальном тексте классификация И. Гамбье представляется исчерпывающей. Тем не менее, в этой классификации учитываются только два перцептивных канала: аудиальный и вербальный. Выше уже шла речь о том, что в современных реалиях авторы аудиовизуальных произведений активно подключают ольфакторный и кинестетический каналы. Также достаточно жесткое распределение семиотических кодов по отдельным группам не дает четкого понимания возможностей их взаимодействия в процессе создания новых смыслов. В целях данного диссертационного исследования представляется логичным дополнить классификацию И. Гамбье семиотическими ресурсами, ставшими доступными благодаря техническому прогрессу, а также показать варианты взаимосвязи семиотических ресурсов в процессе порождения значений в полимодальных аудиовизуальных текстах. В целях сохранения единства используемой терминологии, в качестве основы классификации будет использована система Х. Штёкля, описанная выше. Семиотическая структура полимодального аудиовизуального текста представлена в таблице 1.2.

Таблица 1.2

Семиотическая структура полимодального аудиовизуального текста

Перцептивные каналы	**Ключевые модусы**	**Субмодусы**	**Характеристики**
Визуальный	Изображение	Графическое/художественное изображение	Тип изображения, техника исполнения, цвет, перспектива, статика/динамика
		Кинематографические выразительные средства	Свет, цвет, план, тип и угол съемки, скорость монтажа, переходы между кадрами, спецэффекты
		Проксемика объектов	Статика/динамика, расстояние, вектор движения, скорость, интенсивность, движение объектов относительно друг друга
		Кинесика объектов	Жесты, мимика, взгляд, поза
		Оформление объектов	Сценография, реквизит, цвет, декорации, костюмы, прически, грим
	Речь	Письменная речь	Тип графического оформления, статика/динамика, расположение на экране, цвет, форматирование текста
Аудиальный	Звук	Музыка	Громкость, жанр, стиль, манера исполнения, темп, ритм
		Фоли-шумы	Громкость, интенсивность, предметная/ситуативная соотнесенность
	Речь	Звучащая речь	Громкость, интонация, акцент, диалогичность/монологичность, паузация, ритмическое оформление речи
Ольфакторный	Запах	Запах	Интенсивность, предметная/ситуативная соотнесенность
Кинестетический	Тактильные ощущения	Движения тела зрителя	Вектор движения, угол наклона, вибрация
		Имитация движения предметов	Вектор движения, направление

Из предложенной семиотической структуры полимодального аудиовизуального текста следует, что в настоящем диссертационном исследовании в качестве основных перцептивных каналов выделяются не только базовые визуальный и аудиальный каналы, но и периферические перцептивные каналы: ольфакторный и кинестетический, которые необходимо учитывать в случае применения технологий 4DX™. В качестве ключевых модусов для данных каналов выделены изображение, звук, запах, тактильные ощущения и речь, которая становится универсальным ключевым модусом, участвующим в актуализации информации, передаваемой в аудиовизуальном произведении и воспринимаемой зрителем посредством всех перцептивных каналов. Для визуального канала выделяются следующие субмодусы:

1) графическое / художественное изображение – иконический знак, представляющий собой графическое отображение определенного образа или символизирующий собой отдельную эмоциональную или эстетическую категорию (эмодзи, компьютерная графика, схемы, геометрические фигуры и т. п.). Данный субмодус может иметь специфические характеристики, порождающие дополнительные значения: символику цвета, жанрово-обусловленную манеру исполнения изображения. Изображение может быть расположено статично в кадре, а может в нем перемещаться, добавляя ситуации, разворачивающейся на экране, дополнительную динамику и генерируя дополнительные смыслы. Дополненный вербальными элементами в форме письменной или устной речи данный субмодус может формировать бленды (например, визуальные метафоры), являющиеся особыми носителями значения и выполняющие различные прагматические функции;

2) кинематографические выразительные средства (в терминологии И. Гамбье – фильмические коды) – основные приемы работы операторов, монтажеров, осветителей и остальных членов команды, работающей над аудиовизуальным произведением. Они являются мощным независимым семиотическим ресурсом, который способен порождать значения без

поддержки остальными субмодусами. Выбор плана съемки (сверхкрупный, крупный, дальний, общий и т. п.), угла наклона камеры, типа освещения, специфики монтажа и спецэффектов позволяет передать настроение сцены, оказать эмоциональное и эстетическое воздействие на зрителя, придать привычным предметам и локациям новый ракурс восприятия. Благодаря комплексному применению совместно с остальными субмодусами, кинематографические выразительные средства способны формировать отдельный диегетический образ, который потенциально может стать культурно значимым объектом;

3) проксемика объектов – специфика оформления сцены, векторы движения объектов и особенности их перемещение друг относительно друга – все эти характеристики также могут потенциально становиться ресурсами порождения смыслов, причем социально-культурная обусловленность актуализации данного субмодуса может стать мощным семиотическим ресурсом. Так, сокращение привычной социальной дистанции для представителей отдельных культур потенциально создает дополнительный эмоциональный эффект и способствует приращению новых смыслов, а в сочетании с музыкальным субмодусом позволяет добавить сцене необходимой динамики;

4) кинесика объектов – по аналогии с проксемикой также становится источником дополнительных смыслов и символизма. Взгляд и поза героя способны без слов передать ту идею, которая заложена в сцене создателями аудиовизуального произведения;

5) оформление объектов – субмодус, который подчеркивает специфику хронотопа аудиовизуального произведения, либо создает эффект когнитивного диссонанса. Так, появление героя в средневековом костюме и парике в центре современной Москвы является потенциальным источником создания комического эффекта, в особенности в сочетании с субмодусом устной речи;

6) письменная речь – специфический субмодус, актуализируемый посредством визуального перцептивного канала, который либо порождает отдельные смыслы, либо поддерживает смыслы, материализуемые остальными субмодусами в комплексе. Вывески, СМС-сообщения или сообщения в мессенджерах, значимые надписи, заголовки газет, фирменные наименования отдельных предметов и многое другое представляют собой довольно популярный семиотический ресурс, часто используемый в современных аудиовизуальных произведениях в целях создания различного рода когнитивных и эмоциональных реакций зрителя на события, разворачивающиеся на экране, и применяемый в сочетании с другими субмодусами для усиления коммуникативного прагматического эффекта полимодального аудиовизуального текста.

Посредством аудиального перцептивного канала актуализируются ключевые модусы «звук» и «речь», представленные тремя субмодусами:

1) музыка – универсальный субмодус, способствующий комплексному порождению смыслов в аудиовизуальном произведении, а также создающий дополнительные смыслы и вызывающий эмоциональные и эстетические реакции у зрителей, являясь фоном для основных событий, разворачивающихся на экране, ритмически поддерживая специфику монтажа, движения объектов на экране и т. д. Интересно, что данный субмодус может напрямую сочетаться с речевым субмодусом в форме звучащей песни, также порождая отдельные смыслы, создавая звуковые метафоры и являясь источником глубокого символизма;

2) фоли-шумы – это значимые или фоновые шумы, создающие атмосферу аудиовизуального произведения и позволяющие наиболее полно воспринять модус изображения. Интересно, что многочисленные эксперименты, в рамках которых зрителям предлагалось прослушать аудиодорожку к аудиовизуальному произведению без видеоряда, доказывают, что данный субмодус порождает однозначные смыслы только при визуальном предъявлении денотируемого объекта. Например, на одной

из переводческих конференций Translation Forum Russia был организован следующий эксперимент: участникам было предложено закрыть глаза, прослушать аудиодорожку к короткому видеофрагменту и пояснить, что, на их взгляд, происходило на экране. В результате, шум взлетающего самолета при отсутствии видеоряда идентифицировался как шум пылесоса, шум стиральной машины или шум газонокосилки. Данный пример еще раз подчеркивает необходимость рассмотрения и анализа полимодального аудиовизуального произведения как комплексного семиотического образования;

3) звучащая речь – доминирующий субмодус в звуковом кино, который является основным источником смыслов и формирует контекст аудиовизуального произведения. При этом, если отсутствует видеоряд, то смыслы, порождаемые звучащей речью (диалогами, монологами, дикторским текстом и т. п.), могут искажаться. Так, может стать проблемой референция местоимений-заместителей, идентификация персонажа по голосу, невозможность сориентироваться в контексте аудиовизуального произведения, если в какой-то момент в произведении не звучит речь.

Модусы запаха и тактильных ощущений, передаваемые посредством ольфакторного и кинестетического перцептивных каналов, используются для создания иммерсивной среды и ощущения полного погружения зрителя в контекст полимодального аудиовизуального произведения. Поддерживаемые остальными модусами и субмодусами они становятся источником дополнительных смыслов и позволяют имитировать эффект присутствия зрителя в кадре.

Необходимо отметить, что все выделенные модусы и субмодусы функционируют в комплексе, реализуя основную цель любого аудиовизуального произведения – обеспечить комфортный просмотр и оказать когнитивное и эмоционально-эстетическое воздействие на зрителя. Так, батальная сцена, сопровождаемая соответствующими диалогами, шумами, напряженной мелодией, кинестетическими ощущениями

пролетающих мимо зрителей пуль или всадников и запахом пороха, распыляемого в кинозале, потенциально вызовет более мощный эмоциональный отклик у зрителя, чем та же сцена, описанная в сценарии к фильму или в диалоговом листе. В связи с этим ключевой задачей переводчика становится обеспечение адекватности перевода тем смыслам, которые порождаются всеми модусами в комплексе, а также соответствия синхронного текста на языке перевода общему семиотическому контексту аудиовизуального произведения.

Отвечая на вопрос, поставленный в начале раздела, необходимо отметить, что **полимодальный аудиовизуальный текст представляет собой сложную синкретическую семиотическую коммуникативную систему, таким образом, являясь полноценным текстом, семиотически осложненным за счет комплексного использования различных семиотических модусов, участвующих в процессе порождения значения.** Носителями означаемого в такого рода тексте могут быть не только вербальные элементы, но и невербальные модусы и субмодусы, актуализирующиеся посредством визуального, аудиального, ольфакторного и кинестетического перцептивных каналов и денотирующие и коннотирующие означаемое за счет соединения в различных комбинациях. Необходимость учитывать комплексное воздействие, которое в связи с этим полимодальное аудиовизуальное произведение оказывается на своего реципиента, то есть зрителя, обусловливает особый подход с точки зрения перевода. Специфическая природа полимодальных аудиовизуальных текстов требует специфического подхода к отбору стратегий, тактик перевода и отдельных переводческих решений. При этом субмодусы невербальной природы рассматриваются не как ограничения для переводчика, а как самостоятельный ресурс порождения смыслов на языке перевода.

1.2. Становление и развитие аудиовизуального перевода в историческом контексте

Несмотря на то, что теоретики и практики в области кино начали обращать внимание на семиотические аспекты киноязыка и кинотекста в начале XX века, а аудиовизуальный перевод (далее – АВП) начал активно осуществляться с развитием игрового кино, первые серьезные исследования АВП в парадигме переводоведения, как уже было упомянуто выше, появились лишь в 1990-х годах. Тем не менее, рассмотрение исторических предпосылок становления и развития АВП видится необходимым для теоретического осмысления непосредственной практической деятельности по переводу аудиовизуальных произведений. В настоящем разделе будет рассмотрен онтогенез практики АВП, начиная с зарождения немого кино и заканчивая современным состоянием данной отрасли.

1.2.1. Зарождение аудиовизуального перевода: перевод в эпоху немого кино

Эра кинематографа официально началась 28 декабря 1895 года с публичного показа серии короткометражных фильмов, снятых братьями Люмьер. Массовые киносеансы начали проводиться в начале XX века, когда Шарль Пате организовал студию «Братья Пате» и занялся кинопроизводством. В различных странах предприниматели закупали кинопродукцию студии Пате и организовывали так называемые кинопередвижки (автомобили, оснащенные портативными киноустановками), устраивали киносеансы в цирках-шапито и любых других помещениях, где можно было повесить экран, установить стулья и кинопроектор. Постепенно кинематограф стал «популярнейшим из массовых аттракционов» [Лебедев 1965].

В течение 30 лет кинематограф переживал так называемую немую эру в виду отсутствия технической возможности записать и синхронизировать с видеорядом диалоги и музыкальное сопровождение фильма. Тем не менее, как справедливо замечает К. О’Салливан, кино было немым, но не

безмолвным: на экране была видна артикуляция актеров, а полное или краткое содержание диалогов выводилось на экран в форме интертитров [O'Sullivan, Cornu 2019: 15]. Таким образом, вербальный аудиальный субмодус компенсировался вербальным визуальным в виде интертиров – «надписей, появлявшихся на экране на стыке отдельных сцен и содержащих имена и род занятий персонажей, описание сцены или отдельные ключевые реплики, необходимые для понимания контекста фильма» [Малёнова 2021: 65]. Учитывая тот факт, что интертитры демонстрировались не параллельно с видеорядом, а в паузах между сценами, язык их был простым и лаконичным, поэтому «во времена немого кино осуществлять его перевод было довольно несложно» [Szarkowska 2005]. Переводчики использовали прямой перевод, редко прибегая к творческому переосмыслению оригинала. Иногда переводчики обращались к вольному переводу, искажая смысл оригинала, что могло вводить зрителей в заблуждение [Малёнова 2021: 65–66].

Говоря о рецепции немых кинофильмов зрителем, необходимо отметить, что доминирующая позиция визуального перцептивного канала не означала, что на коммуникативный эффект, производимый кинофильмом на зрителя, не влияли модусы, актуализируемые посредством других перцептивных каналов. Ю. Г. Цивьян называет опережающей такую рецепцию, при которой «интерпретирующий механизм нередко оказывается сильнее интерпретируемого текста» [Цивьян 1991: 17]. С одной стороны, дополнительные внетекстовые структуры: особенности организации зала для кинопоказа, стрекот киноаппарата, специфика цвета и света, живая музыка, исполнявшаяся во время киносеансов, и т. п. – все это оказывало существенное влияние на рецепцию кинопроизведений того времени. С другой стороны, «на протяжении почти двадцати первых лет восприятие фильмов направлялось синхронным интерсемиотическим переводом, который осуществлял комментатор – "объяснитель кинематографических картин"» [Там же. С. 275]. На данном феномене эры немого кино хочется остановиться чуть подробнее.

Выше уже упоминалась работа Р. О. Якобсона On Linguistic Aspects of Translation, в которой он выделял три вида перевода:

1) внутриязыковой перевод – интерпретация вербальных знаков посредством других знаков того же языка;

2) межъязыковой перевод – интерпретация вербальных знаков посредством знаков другого языка;

3) интерсемиотический перевод – интерпретация вербальных знаков посредством знаков иных семиотических систем [Jakobson 1959: 233].

Работа объяснителей кино заключалась в том, чтобы актуализировать имплицитные смыслы, давать внешнюю оценку ситуации и создать «в многомерном пространстве рецепции еще одно измерение – геометрию интерсемиотических соответствий» [Цивьян 1991: 277]. Вспоминает А. Кугель, работавший в 20-е годы XX века объяснителем (лектором) на киносеансах: «Картины того времени были большею частью – зализанные, заплатанные, урезанные остатки фильм ханжонковского, дранковского производства и разная заграничная заваль, набранная со складов и прокатных контор. И пред всякой такой дребеденью надо было читать “объяснительную” лекцию: почему леди Дженкинс сбрасывает накидку на руки великолепного лакея. Какая тут “психология”? И что значит фильма “Догорели огни, облетели цветы”? Почему молодой человек в щегольском пиджаке с орхидеей в петлице любит художницу Елистратову, Елистратова же, по вольности дворянства, увлекается помещиком Савченко, Савченко же долго катается на автомобиле, потом садится на мраморную скамейку и дрожащею рукою раскуривает папиросу? Что все это означает при свете совести и морали?» [Кугель 1925]. Таким образом, лекторы-объяснители не только разъясняли зрителям специфику сюжета, но и поясняли символизм сцен, вербализовывали смыслы, порождаемые визуальными субмодусами, а также давали критическую оценку фильму. На подобную универсальную объяснительную силу субмодусов вербальной природы обратил внимание Г. Г. Шпет, говоря, что «оно [слово] допускает наиболее полный перевод с

любой другой системы знаков. Но не обратно: нет такой другой системы знаков, на которую можно было бы перевести слово хотя бы с относительною адекватностью» [Шпет 1929, цит. по: Митюшин 1982: 150].

Интересно, что практика комментирования немых фильмов получила широкое распространение в Японии, где любой кинопоказ сопровождался работой своеобразного медиатора – бэнси. Японские комментаторы поясняли, что будет происходить на экране, а во время киносеанса «бэнси не только комментировали экранное действие, поясняли непонятные японцам обычаи зарубежных стран, но и сочиняли диалоги, даже порой критиковали демонстрировавшийся фильм» [Нестерова 2016: 99]. В случае с зарубежными кинофильмами такого рода интерсемиотический перевод также сопровождался применением стратегии доместикации, «национализации иностранного продукта такими способами, которые скрывают его иностранное происхождение» [Anderson, цит. по: Нестерова 2016: 102].Таким образом, еще в эру немого кино зародились два направления АВП, которые условно можно назвать интрамодальным и интермодальным. Интрамодальный перевод подразумевал передачу смыслов в рамках одного ключевого модуса (субмодус в субмодус), то есть передачу графического вербального элемента интертитров посредством письменного перевода и создания соответствующего графического вербального элемента на языке перевода. Интермодальный перевод-комментирование осуществлялся из одного ключевого модуса в другой: за счет использования аудиального вербального субмодуса, посредством которого производилось декодирование информации, представленной при помощи семиотических ресурсов визуального модуса (кинематографического, проксемического, графического и т. д.). В дальнейшем и интрамодальный, и интермодальный перевод получат свое развитие в виде субтитрирования, дублирования и создания элементов медиадоступности для аудиторий с особыми когнитивными потребностями (аудиодескрипция и субтитры для глухих и слабослышащих зрителей).

1.2.2. Эра звукового кино: дубляжные и субтитровочные страны

Начало эры звукового кино ознаменовалось выходом первого звукового фильма «Певец джаза» (The Jazz Singer), снятого А. Кросландом в 1927 году. Данный фильм называют переходным к звуковому кино, так как большая часть диалогов была представлена при помощи интертитров, а озвучены были только вокальные сцены, музыкальное сопровождение и фоли-шумы. Дальнейшее развитие звукового кино, бум кинопроизводства в США, Германии и других странах мира, активизация международного кинопроката заставили производителей и дистрибьюторов кинофильмов искать способы адаптации иностранных аудиовизуальных произведений к нуждам иноязычных аудиторий. Таких способов было три: добавление текстов в виде титров непосредственно в кинотекст или на дополнительный экран, расположенный рядом с основным, замена оригинальных диалогов диалогами на языке перевода, понятном реципиентам аудиовизуального текста, а также создание мультиязычных фильмов, когда режиссеры снимали одни и те же сцены с участием разных актеров, говоривших на языке стран, в которые предполагалось отправить фильм для дальнейшего проката [O'Sullivan, Cornu 2019: 18]. В результате из этих технологий развились два основных вида аудиовизуального перевода: субтитрирование и дублирование.

Интересно, что в разных странах исторически доминирует один из указанных видов АВП. В крупных европейских странах-кинопроизводителях, таких как Германия, Италия и Франция, в качестве предпочтительного способа перевода фильмов был выбрано достаточно трудозатратное и дорогое дублирование (в профессиональной терминологии – дубляж) в то время как в странах Азии, Латинской Америки, Скандинавских странах и странах Восточной Европы доминировало субтитрирование [O'Sullivan, Cornu 2019: 21]. Интересно, что Р. А. Матасов связывает выбор дублирования в качестве основного вида АВП не столько с экономическим развитием соответствующих стран, сколько с

господствующей в них идеологией. Нежелание допускать на отечественный рынок кинопроизведения на английском языке, развитие института цензуры и желание использовать кино в пропагандистских целях обусловило развитие школы дублирования в Германии, Италии, Испании. По словам Ф. Франко, использование дублирования перевода позволяло «сохранить превосходство национального языка как средства выражения культурной, политической и экономической мощи страны» [Del Camino Gutiérrez Lanza 1997: 35, цит. по: Матасов 2008: 13]. Таким образом, АВП становился не только видом перевода, но и мощным инструментом формирования общественного мнения и идеологии.

Подобная специфика развития АВП была свойственна и нашей стране. Аудиовизуальный перевод в СССР начал свое развитие в 1920–1930-е годы XX века. Несмотря на то, что в 1930 году импорт зарубежных фильмов был ограничен как по экономическим, так и по идеологическим причинам [Серафимович 2020], некоторые иностранные фильмы все-таки вышли в прокат в советских кинотеатрах. Это «Багдадский вор» (The Thief of Bagdad, Великобритания, 1940 год, прокат в СССР в 1944 году), «Джордж из Динки-Джаза» (Let George Do It! США, 1940 год, прокат в СССР в 1944 году), «Большой вальс» (The Great Waltz, США, 1938 год, прокат в СССР в 1940 году) и некоторые другие [Майоров 2021]. По воспоминаниям современников, при первом прокате в советских кинотеатрах кинофильм «Большой вальс» имел огромный успех [Эфрон 2007: 108]. Фильм демонстрировался с субтитрами, анализ которых показывает, что «переводчики того времени соблюдали основные правила субтитрирования: количество строк в одном субтитре – не более двух; субтитр находится на экране достаточно долго, то есть у зрителя есть время не только прочесть текст, но и увидеть то, что происходит на экране; субтитры хорошо сегментированы и соответствуют контексту фильма. С другой стороны, оригинальный текст, оформленный в субтитры, достаточно компрессирован: некоторые элементы диалога опущены, смысл отдельных реплик передан

лишь в общих чертах» [Малёнова 2021: 67]. Интересно, что когда фильм вышел в повторный прокат в 1960 году в дублированной версии, зрители были разочарованы результатом. Как вспоминал В. Астафьев, «после дублирования погасли подлинные голоса исполнителей, их интонации и, наконец, тайна самого непонятного языка – фильм “онемел” и во многом потерял привлекательность, сделался простеньким и даже слащавым» [Ростовцев 2009]. Это лишний раз доказывает, насколько органичное переплетение модусов и субмодусов в оригинальном аудиовизуальном произведении может быть нарушено в процессе АВП.

Субтитрирование имело все шансы стать доминирующим видом АВП в Советском Союзе, но этому помешала необходимость цензурирования исходных аудиовизуальных полимодальных текстов, а также большое количество неграмотного населения (по итогам Всесоюзной переписи населения 1937 года, в СССР проживали 14 % неграмотных мужчин и 34 % женщин, причем «грамотным считался тот, кто мог читать по слогам и написать свою фамилию» [Жиромская, Киселев, Поляков 1996: 94]). Данные обстоятельства вынудили советских аудиовизуальных переводчиков обратиться к такому виду АВП, как дублирование.

1.2.3. Становление и развитие перевода под дублирование

Эксперименты с синхронизованным озвучиванием иноязычных кинофильмов на языке перевода начали проводиться в нескольких странах одновременно. Первые попытки дублирования в США заключались в озвучивании фильмов непосредственно в процессе киносъемки и получили название «живой дубляж» (live dubbing) [Cornu 2014: 94–95, цит. по: O’Sullivan, Cornu 2019: 22], но данная технология не оправдала себя, так как не позволяла добиться необходимой синхронизации ключевых модусов: изображения и звука. Находившимся непосредственно на съемочной площадке актерам не удавалось максимально синхронизировать произносимый текст диалогов на иностранном языке с движением речевого

аппарата актеров в кадре. Дальнейшее развитие технологий записи и обработки звука позволило производить дублирование в студии, что повысило уровень синхронизации указанных модусов и позволило создать впечатление того, что актеры на экране говорят на языке перевода.

Запись дублирования в студии осуществлялась двумя способами. В одном случае, актеры выучивали реплики на языке перевода наизусть, а затем отыгрывали сцены прямо в студии, глядя на экран и синхронизируя произносимый текст с движениями губ актеров на экране. Второй способ – использование технологии ритмо-бэнд (rhythmo-band): диалоги разбивались на сегменты и размечались в соответствии с движением губ актеров. Все это записывалось на 35-миллиметровой пленке, которая протягивалась перед экраном и двигалась синхронно с видеорядом. Затем переводчики выполняли перевод диалогов, учитывая необходимость синхронизации артикуляции в языке перевода. Готовый синхронизированный перевод наносился на отдельную ленту, а актеры прочитывали перевод с этой ленты, которая по аналогии с лентой в оригинале, была механически синхронизирована с видеорядом [O'Sullivan, Cornu 2019: 22]. Интересно, что технология ритмо-бэнд до сих пор активно применяется при дублировании аудиовизуальных произведений во Франции и Канаде. Составитель скрипта оригинального аудиовизуального произведения, используя специальное программное обеспечение, фиксирует оригинальный диалог на виртуальной ритмо-пленке. Компьютер распознает речь и артикуляцию актеров, текст диалогов на ритмо-пленке визуально сжимается или растягивается в соответствии с движением речевого аппарата актера на экране. Составитель скрипта (detector) выполняет предварительную разметку оригинала: подчеркивает гласные и согласные лабиальные звуки, чтобы переводчик обратил внимание на их синхронизацию, подчеркивает отдельные фразы, которые произносятся за кадром, размечает особенности дыхания актера, специфику движения губ (курение сигареты, поцелуи, причмокивания, свист и т. п.). Только после этого текст попадает переводчику, который адаптирует оригинальный диалог

средствами языка перевода с учетом необходимости артикуляционной синхронизации. Наибольшие трудности для переводчика представляют собой игра слов, реалии, идиомы, что требует от переводчика владения своим мастерством на очень высоком профессиональном уровне [Stojanov, 2011].

Несмотря на то, что технология ритмо-бэнд хорошо зарекомендовала себя во франкоязычных странах, в Советском Союзе подобный механический подход к дублированию подвергался существенной критике. Одним из недостатков данного способа дублирования считался кабинетный перевод: «перевод текста делался, так сказать, заочно, кабинетно, вне зависимости от действия на экране и без учета фактических изменений, которые вносят в артикуляцию игра актеров, мизансцены режиссера и светопись оператора» [Легошин 1953]. Поэтому советская школа дублирования пошла по иному пути. Процесс работы над диалогами в иноязычном фильме протекал следующим образом. Пленка с фильмом разрезалась на отдельные куски, которые склеивались в кольца для возможности организации необходимого количества повторов отдельного эпизода или сцены. Затем выполнялся подстрочный перевод диалогов с минимальной литературной обработкой, который являлся основой для дальнейшей работы над синхронным текстом. Затем текст перевода попадал в руки укладчика, в задачу которого входила максимальная укладка диалогов в соответствии с артикуляцией актеров на экране. Эта работа производилась совместно с переводчиком, а иногда и с режиссером дубляжа. Таким образом, в задачу переводчика входило «правильно понять и раскрыть идею кинопроизведения, сохранить единство и последовательность драматургического развития фильма, в точности донести смысл диалогов, воспроизвести социальные, национальные и индивидуальные особенности языка персонажей, стиль и жанр картины в целом» [Легошин 1953]. Затем укладчик должен был «тщательно и придирчиво проверить по движению рта, мимике и жестикуляции киноактера каждый из бесконечного количества предлагаемых переводчиком вариантов текста и безжалостно браковать неприемлемые по артикуляции или манере

игры сочетания слов» [Там же]. Довольно подробно работа аудиовизуального переводчика над синхронным экранным текстом описана в статье С. Шайкевич, на счету у которой перевод около 150 фильмов [Шайкевич 1970: 127–128]. Особое внимание С. Шайкевич обращает на необходимость создания такого текста, который был бы не только максимально синхронизирован с оригинальной видеодорожкой, но и был органичным с точки зрения игры актеров дубляжа, которым предстояло произносить экранный текст в соответствии с манерой игры актеров в оригинальном аудиовизуальном произведении.

Первым фильмом, переведенным в СССР под дублирование, стала американская кинокартина «Человек-невидимка» (The Invisible Man, 1933), дублированная на Киностудии им. М. Горького. Режиссером дубляжа выступил советский кинорежиссер Марк Донской [Демьянок 2013]. Автором русского текста диалогов к данной картине стал переводчик и режиссер дубляжа Самуил Рейтман. В рецензиях на его работу, которые были как хвалебными, так и полными критики, отмечалась не только успешная синхронизация текста диалогов с оригинальной видеодорожкой, но и внесение определенных изменений в контекст кинофильма и образы персонажей. Так, по наблюдению писателя-фантаста А. Палея, «“Невидимка”, который был сделан в оригинале фильма как сумасшедший анархист, прозвучал в новом тексте как ученый, который затравлен, который задыхается в условиях капиталистической системы, который ищет возможности и условий для проведения и окончания своего опыта о невидимости. Может быть, многое еще не сделано в этом тексте, но главное и основное – сделано: образ героя перестроен» [Палей, 1936, цит. по: Борщевский 2022].

После Второй мировой войны СССР стал более активно закупать киноленты иностранного производства. В 1954 году было приобретено 46 иностранных кинокартин, а в 1955 году это количество выросло вдвое. За первые четыре месяца 1956 года СССР закупил 52 иностранных кинофильма

[Документы XX века 1956]. Работы советским аудиовизуальным переводчикам добавили и трофейные киноленты, массово привезенные в Советский Союз по окончании войны. Кроме Киностудии им. М. Горького, дубляжные цеха были организованы на киностудиях «Ленфильм» и «Мосфильм». Дублирование не только позволяло сделать иноязычный фильм доступным для русскоязычного зрителя, но и давал уникальную возможность «вписать иностранный культурный продукт в советский контекст» [Танис 2019: 30]. Из фильмов исключались сцены религиозного или мистического характера, эротического содержания и эпизоды, содержащие националистические мотивы. Далее, путем дублирования происходила дополнительная редактура фильма, в ходе которой неугодные советской идеологии реплики опускались [Там же. С. 32].

Таким образом, необходимо отметить, что перевод под дублирование, требующий существенных усилий и финансовых затрат, стал доминирующим видом АВП за счет возможности манипулирования смыслами, актуализируемыми с использованием различных модусов и субмодусов, в угоду требованиям цензуры и идеологии в тех или иных государствах. При этом, как справедливо замечает К. Китинг, процесс дублирования обладает двунаправленным доместицирующим вектором: с одной стороны, в процессе дублирования может происходить намеренное снижение или цензурирование иностранности фильма, с другой стороны, эта иностранность еще больше начинает воздействовать на зрителя, так как за счет создания иллюзии того, что актеры говорят на родном для зрителя языке, а также за счет максимального погружения диалогов фильма в культуру языка перевода, большое количество зрителей начинает идентифицировать себя с иностранными персонажами, обычаями и локациями [Keating 2016: 157]. В результате, семиотические ресурсы полимодального аудиовизуального текста, переплетаясь в новых вариациях, оказывают неожиданное воздействие на зрителя: вместо того чтобы получить четкое идеологически оправданное противостояние по принципу дихотомии

свой – чужой, цензоры разжигали еще больший интерес к жизни и культуре других народов, что ярко проявилось в постсоветский период развития АВП.

1.2.4. Аудиовизуальный перевод в России в постсоветский период

В начале 80-х годов XX века модель потребления аудиовизуального контента существенно изменилась: началась эпоха VHS (от англ. Video Home System – система домашнего просмотра видео). Зрителю больше не нужно было идти в кинотеатр, чтобы познакомиться с новинками кинематографического искусства. Достаточно было приобрести компактный видеомагнитофон, взять в прокате видеокассету и провести полноценный киносеанс у себя дома. Учитывая, что в нашей стране на тот момент не существовало кабельного коммерческого телевещания, а официальные телевещательные компании могли предложить всего два телевизионных канала, VHS стала серьезной альтернативой телевидению. Интерес к просмотру видеофильмов, особенно иностранного производства, которые, благодаря пиратам, активно распространялись на территории СССР, вызвал появление такого культурного явления, как видеосалон. Изначально видеосалоны были подпольными: для просмотра кинематографических новинок зрители собирались в квартире небольшими группами. Затем такие кинопоказы были легализованы государством, и уже в 1986 году Совет министров РСФСР издал распоряжение, позволяющее различным организациям предоставлять услуги по прокату «…магнитофонных и видеокассет с записями лучших произведений классики, советского и зарубежного искусства…» [Библиотека нормативно-правовых актов… 2011–2023].

Сразу после выхода указанного постановления видеосалоны стали массово организовываться на любых удобных площадках: в домах культуры, на спортивных объектах, в помещениях вокзалов, столовых и библиотек. На заре эпохи VHS видеосалоны «представляли собой небольшое помещение, где стоял телевизор, видеомагнитофон и пара рядов стульев. Именно в таких

видеосалонах советские дети впервые увидели приключения Тома и Джерри, подростки изучали боевые искусства по фильмам с участием Брюса Ли и Арнольда Шварценеггера, а взрослые смотрели фильмы ужасов и эротику» [Малёнова 2021: 74]. Так как зрителя на советском и постсоветском пространстве интересовали по большей степени зарубежные фильмы, чаще всего снятые в Голливуде, вырос спрос и на услуги АВП.

По словам Р. А. Матасова, «западные картины, попадавшие в страну через ”железный занавес” не всегда легальным путем, переводились ограниченным кругом синхронистов экстра-класса» [Матасов 2008: 25]. Леонид Володарский, Андрей Гаврилов, Алексей Михалёв, Павел Санаев, Петр Карцев, Василий Горчаков, Юрий Живов – все эти имена тесно связаны с той разновидностью АВП, которую сейчас принято называть русским закадром. По большей части в АВП эти специалисты пришли из синхронного перевода, так как работали переводчиками на кинофестивалях, обслуживали закрытые просмотры в Госкино и полуоткрытые в многочисленных киноклубах, выступали переводчиками в залах Госфильмофонда [Поликарпова 2022]. Интересно, что в западном переводоведении данный вид перевода принято называть Gavrilov translation в честь Андрея Гаврилова [Chaume 2013: 108]. Русский закадр – авторский закадровый перевод с синхронным одноголосным озвучиванием фильма, которое записывалось поверх оригинальной звуковой дорожки. Переводчик одновременно был и автором синхронного закадрового текста, и укладчиком, и актером дубляжа, и звукорежиссером. Запись перевода осуществлялась кустарно: помещения не были предназначены для звукозаписи, отсутствовало специальное профессиональное звукозаписывающее оборудование, что вело к существенному искажению звука голоса переводчика. Как следствие, появилась легенда, что переводчики специально надевали на нос бельевую прищепку, что изменяло их голоса до неузнаваемости.

Специфика закадрового перевода в тот период развития АВП была чаще всего продиктована экстралингвистическими факторами: условиями

работы переводчика. Норма перевода составляла 10–12 фильмов за три дня [Шаралапова 2015], что не всегда позволяло заранее ознакомиться с оригиналом. Анализ примеров перевода под русский закадр [Малёнова 2021: 75–76] показывает, что все это негативно сказывалось на качестве АВП: наличии орфоэпических, смысловых и иногда речевых ошибок, непоследовательности в передаче терминологии и ключевых имен и фраз, искажении логики повествования. Перевод, в сущности, производился синхронно с воспроизведением аудио- и видеоряда, поэтому переводчикам приходилось прибегать к приему компрессии, передавая только общее содержание диалогов, опуская подробности, которые могли быть принципиальными для понимания сюжета фильма. Также наличие сдвигов при переводе, то есть регулярных отставаний реплик, произносимых переводчиком, от реплик персонажей, вводило зрителей в заблуждение: подобная рассинхронизация вербального и визуального модусов не позволяла понять, какой именно персонаж произносит ту или иную реплику в диалоге. Переводчики применяли прием импровизации, в особенности в тех случаях, когда в кадре звучала речь на неизвестном переводчику языке, появлялись незнакомые термины или идиомы, либо когда качество оригинальной аудиодорожки не позволяло расслышать речь актеров. А. Гаврилов в одном из интервью признался, что некоторые фильмы было невозможно перевести в принципе: «Я однажды вообще прервал перевод в зал, потому что не понимал ни слова. Фильм был на таком диалекте французского языка, который никто из присутствующих не знал. Я остановил просмотр, честно сказав, что незачем портить впечатление» [Юдин 2020]. Несмотря на вышеуказанные факторы снижения качества аудиовизуального перевода, русский закадр до сих пор считается специфическим культурным явлением, так как в 80–90-е годы XX века это был единственный способ познакомить русскоязычного зрителя с произведениями зарубежного кинематографа. Некоторые зрители до сих пор предпочитают фильмы,

переведенные в стиле русского закадра, версиям тех же фильмов в профессиональном дублированном переводе.

В 1990-х годах традиционный закадровый перевод и дублирование постепенно вытеснили одноголосый авторский закадровый перевод. Документальные фильмы, мультфильмы, художественные фильмы и некоторые сериалы стали озвучиваться профессиональными актерами и дикторами. Тем не менее в русле авторского АВП появилась новая тенденция – пародийный перевод: «от гипертрофированной морали аудиовизуальный перевод, как маятник, качнулся в сторону сатиры, обсценной лексики и крушения прежних этических норм» [Малёнова 2021: 76]. Ф. Чауме называет такой вид перевода Goblin translation [Chaume 2013: 110] в соответствии с псевдонимом российского переводчика, блогера и автора Д. Ю. Пучкова. В жанре пародийного перевода, который сам автор называет смешным переводом, Д. Ю. Пучков выпустил несколько фильмов: перевод трилогии П. Джексона по роману Дж. Р. Р. Толкина «Властелин колец» – «Властелин колец: Братство кольца» (2001), который в пародийной версии получил название «Властелин колец: братва и кольцо»; «Властелин колец: Две крепости» (2002) под названием «Властелин колец: Две сорванных башни»; и «Властелин колец: Возвращение короля» (2004) под названием «Возвращение бомжа или агроном наносит ответный удар»; – смешной перевод культового фильма братьев Вачовски «Матрица» (1999) под названием «Шматрица» и т. п.

Сам Д. Ю. Пучков подразделяет возможные виды аудиовизуального перевода на правильные (адекватные) и смешные переводы, «авторов которых ни грамма не интересует то, что хотели сказать/показать сценарист и режиссёр» [Goblin 2002]. Переводчик использует тактики творческого переосмысления текста оригинала с последующим созданием нового текста средствами языка перевода. Пародийный комический эффект возникает в результате несовпадения отдельных субмодусов в переводе и ситуации на экране, либо в использовании аллюзий, аллегорий и иных приемов создания

ассоциативных связей между контекстом оригинального аудиовизуального произведения, реальным культурно-специфическим экстралингвистическим контекстом и контекстом фильма, формируемым посредством перевода. Такому переосмыслению подвергаются как онимы, так и отдельные диалоги персонажей, и даже музыкальное сопровождение фильма. Несмотря на то, что в профессиональной переводческой среде к пародийным переводам Д. Ю. Пучкова сформировалось довольно неоднозначное отношение [Берди и др. 2005], зрители любят фильмы с пародийными гоблиновскими переводами и с удовольствием пересматривают их.

Начиная с 2000-х годов объем переведенного аудиовизуального контента ежегодно увеличивается. Это связано как с развитием культуры кинопоказа в России, так и с инфраструктурным ростом кабельного телевидения. Свой вклад в повышение спроса на АВП вносит и высокоскоростной Интернет, обеспечивший популярность онлайн-кинотеатров и OTT-платформ (от английского Over The Top – технологии доставки видеоконтента посредством сети Интернет на любое устройство пользователя). Как в России, так и во всем мире постепенно сформировался пласт аудиовизуальных переводчиков-любителей (фансаберов – непрофессиональных переводчиков субтитров и фандаберов – непрофессиональных переводчиков под дублирование), которые чаще всего являются представителями фанатских сообществ, посвященных отдельным жанрам или конкретным аудиовизуальным произведениям, чаще всего сериалам. Довольно часто переводчики-любители формируют любительские сообщества или студии, которые затем могут переориентироваться на оказание профессиональных услуг в области АВП (студии «Кураж Бамбей», Lost Film, «АМЕДИА», «Кубик в кубе», ALEXFILM, BAIBACO и другие).

Таким образом, за всю историю становления и развития киноискусства, АВП постепенно трансформировался из дословного перевода интертитров в высокотехнологический процесс, отличающийся определенной спецификой и отдельным подходом к его реализации. Дальнейший ход настоящего

исследования подразумевает изучение и описание современного состояния АВП с точки зрения коммуникативно-функционального подхода, что позволит выделить стратегии и тактики данного вида перевода, применяемые в современных условиях в соответствии с параметрами коммуникативной ситуации АВП.

1.3. Аудиовизуальный перевод: специфика и современное состояние

Современное состояние аудиовизуального перевода в мире характеризуется стабильным ростом объемов переводного контента и возникновением новых видов АВП, что обусловлено коренными изменениями принципов дистрибуции и просмотра аудиовизуальных произведений. Традиционные теле- и кинопоказы дополняются новыми формами трансляции медиаконтента. В частности, доступность сети Интернет и вынужденная самоизоляция в период пандемии Covid-19 привели к бурному развитию цифровых сервисов доставки развлекательного аудиовизуального контента, таких как OTT и VOD сервисы. Под OTT-сервисом подразумевается система трансляции аудиовизуального контента через Интернет без привязки к конкретному провайдеру или устройству. Такого рода аудиовизуальные произведения сейчас можно просматривать на любом устройстве: от смартфона до домашнего кинотеатра, – имеющем возможность подключения к сети Интернет. VOD-сервис (от английского Video On Demand) мало чем отличается от сервиса OTT, но VOD позволяет зрителю смотреть видео по запросу, то есть перематывать, ставить на паузу, просматривать в удобное время. Широкому распространению данных сервисов способствовало появление стриминговых (потоковых) сервисов, посредством которых медиаконтент передается зрителю в режиме реального времени. Иными словами, такого рода сервисы называют онлайн-кинотеатрами или стриминговыми платформами.

Важно отметить, что, несмотря на уход с российского рынка в 2022 году крупных мировых игроков, таких как Netflix, Amazon Prime,

Megogo и т. д., отечественная сеть онлайн-кинотеатров продолжает развиваться и предлагать иностранный аудиовизуальный контент своим зрителям. По данным экспертов компании «ТМТ Консалтинг», рынок услуг российских онлайн-кинотеатров вырос в 2022 году на 17 % по сравнению с предыдущим годом [TADVISER 2022], причем такой рост произошел также за счет переводного медиаконтента. Интересно, что эксперты, изучив аудиовизуальные произведения, доступные на семи крупнейших российских стриминговых платформах «Иви», «Кинопоиск», Okko, Wink, Premier, Kion и More.TV, выяснили, что в июне 2023 года лидерами кинопоказа стали фильмы и сериалы турецкого и корейского производства [TADVISER 2023]. В 2025 году доля российских сериалов в онлайн-кинотеатрах составила 50 %, однако в сегменте полнометражного кино доля иностранного контента, снабженного переводом, существенно выше и составляет от 69 % (онлайн-сервис Wink) до 71 % («Кинопоиск» и Okko) [РБК 2025]. Приведенная аналитика подчеркивает устойчивый спрос на услуги АВП с поправкой на языковые комбинации, востребованные в тот или иной момент времени.

Подобную ситуацию с АВП наблюдают и аналитики, изучающие рынок перевода и локализации в мировом масштабе. В соответствии с результатами мониторинга компании Nimdzi Insights, специализирующейся на маркетинговых исследованиях в сфере лингвистических услуг, за последние четыре года рынок АВП в мире показал беспрецедентный рост в 283,5 %. При этом в 2022 году 71,3 % всех исследованных переводческих компаний предлагали в качестве одной из услуг субтитрирование, а 60,5 % всех исследованных компаний предлагали услуги дублирования, закадрового озвучивания и прочие услуги АВП, что выводит данный вид перевода из статуса нишевой услуги и делает его мейнстримом [Hickey 2022]. Указанная тенденция сохраняется и сейчас. Так, в 2025 году услуги субтитрирования вошли в тройку наиболее популярных услуг перевода (65,6 %), уступив лишь письменному переводу и локализации (96,2 %), а также машинному переводу

и постредактированию (82,4 %). Услуги дублирования занимают четвертую строчку рейтинга (58,8 %) [Nimdzi 2025: 44].

Подобный рост востребованности АВП приводит к безусловной необходимости тщательного теоретического осмысления данного вида перевода на современном этапе его развития, что и объясняет актуальность настоящего диссертационного исследования. Впервые необходимость изучения АВП была декларирована в 1987 году на конференции Европейского вещательного союза (EBU), прошедшей в Стокгольме и посвященной проблемам дублирования и субтитрирования [Díaz-Cintas 2004: 56], а в 2005 году М. Тимочко говорит о том, что потенциал АВП как интерсемиотического вида перевода заставит исследователей расширить свои представления о самом понятии перевода и станет причиной теоретического переосмысления отдельных аспектов теории перевода [Tymoczko 2005: 1090]. Поэтому, несмотря на довольно большое количество теоретических работ, посвященных отдельным аспектам АВП, существует необходимость фундаментального исследования данного вида перевода и разработки методологической основы для его изучения.

1.3.1. К проблеме определения аудиовизуального перевода[2]

К настоящему моменту АВП посвящено довольно много теоретических работ, начиная от отдельных эссе и заканчивая докторскими диссертационными исследованиями. Так, Л. Перес-Гонсалес указывает, что фундаментальному исследованию АВП в англоязычном мире посвящено минимум 14 энциклопедических изданий, довольно большое количество учебников, описывающих отдельные виды АВП, и широкий круг редактируемых сборников, монографий и статей, в которых приводятся

[2] В сокращенной форме содержание раздела 1.3.1 опубликовано в статье: Малёнова Е. Д. К определению понятия «Аудиовизуальный перевод» // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2019. Вып. 48. С. 64–74.

исследования как отдельных проблем АВП, так и всей отрасли АВП в целом [Pérez-González 2019: 3]. Тем не менее ни отечественные, ни зарубежные ученые-переводоведы до сегодняшнего дня не выработали общего мнения относительно сути данного вида перевода. Так, отсутствует единый подход к пониманию места АВП в привычной классификации видов перевода. Н. К. Гарбовский, например, относит АВП, в частности, перевод субтитров, к устно-письменному переводу [Гарбовский 2007: 353], А. П. Чужакин и П. Р. Палажченко рассматривают АВП как разновидность устного перевода, приближенного к письменному художественному переводу за счет его творческой природы [Чужакин, Палажченко 1999: 47], Р. А. Матасов изучает АВП исключительно в контексте письменного перевода [Матасов 2009: 7].

Учитывая, что в настоящем исследовании объект АВП – аудиовизуальный текст – рассматривается как полимодальное единство, то отнесение АВП к какому-то отдельному традиционному виду перевода становится невозможным. Данную точку зрения разделяет Х. Диас Синтас. По его мнению, различные виды АВП невозможно отнести к письменному, устному или письменному художественному переводу; «это виды перевода, в рамках которых осуществляется работа с текстом высшего порядка – аудиовизуальным текстом, – который представляет собой противоположность как письменному, так и устному текстам» [Díaz-Cintas 2009: 6]. Комбинация различных семиотических модусов и субмодусов, участвующих в процессе актуализации значения, выводит АВП за границы традиционного понимания перевода, превращая его в креативную практику, которая «не ограничивается передачей исключительно вербального кода, а позволяет изменить весь аудиовизуальный продукт, сохраняя основные черты оригинала, которыми распространители контента не готовы пожертвовать, дабы аудиовизуальный продукт оставался узнаваемым в принимающей культуре» [Chaume 2016: 81].

Всестороннее изучение того или иного фрагмента действительности невозможно без четкого понимания его сущности, поэтому представляется

необходимым дать четкое определение понятию АВП и выявить его характерные черты. Выше уже упоминалось, что АВП, некоторое время назад ставший самостоятельной лингвистической услугой, постепенно начинает рассматриваться как отдельный объект научного интереса, хотя и понимаемый некоторыми авторами довольно упрощенно. Так, АВП определяется как «перевод записанного аудиовизуального материала» [Karamitroglou 2000: 2] или как процесс «переноса вербального компонента, содержащегося в аудиовизуальных произведениях и продуктах, с одного языка на другой» [Matkivska 2014: 38]. Подобные определения противоречат сути аудиовизуального текста как полимодального конструкта и не отражают комплексности процесса осуществления АВП. Поэтому в большинстве удачных определений АВП основной акцент делается именно на полимодальности аудиовизуального текста, которая непосредственным образом влияет на процесс и результат перевода, а также определяет специфику восприятия перевода конечным реципиентом – зрителем. По личным наблюдениям, наиболее цитируемым определением АВП является определение Л. Перес-Гонсалеса, в соответствии с которым АВП – «перевод мультимодальных и мультимедийных текстов на другой язык и их перенос в другую культуру» [Pérez-González 2011: 13]. В данном определении есть упоминание о семиотической гетерогенности аудиовизуального текста и делается акцент на специфику АВП как актора культурного переноса аудиовизуального произведения, что порой является определяющим фактором для принятия переводческого решения.

В отечественных исследованиях акцент с семиотической гетерогенности объекта АВП переносится на его полисемантическую природу. Аудиовизуальный текст или, шире, аудиовизуальный дискурс понимается А. В. Козуляевым как «двойная семантическая структура», эксплицитно и имплицитно транслирующая смыслы посредством различных перцептивных каналов и отдельных кинематографических приемов, таких как монтажная склейка [Козуляев 2019: 49]. Вслед за А. В. Козуляевым

акцент на специфике семантики аудиовизуального текста делает и Е. А. Филатова, определяя АВП как «полисемантичное единство, направленное на декодирование вербального компонента аудиовизуального произведения (например, фильма, компьютерной игры, телевизионной программы), его передачу средствами языка перевода и локализацию для целевой аудитории, комплексно воспринимающей три кодовые системы (вербальную, иконическую и музыкальную)» [Филатова 2021: 11]. Подобного рода подход к пониманию сущности АВП имеет как свои достоинства, так и недостатки. С одной стороны, посредством различных модусов и субмодусов аудиовизуального текста действительно репрезентируются смыслы, которые могут выражаться с помощью ключевого модуса и поддерживаться другими модусами. С другой стороны, различные модусы могут вступать в конфликт, создавая новые смыслы на стыке отдельных модусов по принципу визуальной метафоры или визуальной антитезы. Тем не менее, сведение АВП к пониманию его как процесса исключительно семантического анализа и синтеза [Козуляев 2013: 315] ставит под вопрос декларируемое отличие данного вида перевода от других его видов, так как любой вид перевода – устный, письменный, аудиовизуальный и т. д. – основан на принципах декодирования смыслов (семантического анализа) и их передачи средствами языка перевода (семантического синтеза). Представляется более перспективным рассматривать АВП именно с точки зрения его полимодальной специфики, смещая акцент на принципы перевыражения средствами языка перевода смыслов, создаваемых посредством отдельных модусов и субмодусов или порождаемых в процессе их взаимодействия. Важность подобного подхода подчеркивают Х. Диас Синтас, А. Матамала и Дж. Невес, которые призывают отказаться от понимания данного феномена как переноса вербальной составляющей аудиовизуального текста средствами языка перевода. На их взгляд, важно сконцентрировать внимание на полифункциональной, многоплановой полиморфной структуре аудиовизуального текста, а также на комплексном характере данного вида

перевода, который объясняется как контекстом аудиовизуального произведения, так и особенностями его восприятия целевой аудиторией [Díaz-Cintas, Matamala, Neves 2010: 13].

На комплексный характер АВП обращает внимание и И. Гамбье, подчеркивая, что подготовка итогового переведенного аудиовизуального произведения представляет собой командную работу, а непосредственно работа переводчика – лишь один из этапов сложной технологической цепочки, которая включает в себя несколько взаимосвязанных этапов [Gambier 2013: 58]. В результате переводчик становится одним из звеньев этой технологической цепочки, а текст перевода претерпевает изменения в процессе его локализации: наложения готовых субтитров на видео, синхронизации текста перевода под дублирование, озвучивания актерами, сведения и обработки звуковой дорожки звукооператором и режиссером дубляжа. Неоднократное обращение переводчика к одному и тому же аудиовизуальному произведению может быть вызвано и факторами экстралингвистического характера: перемонтажом видеоряда или звуковой дорожки в процессе финальной подготовки аудиовизуального произведения к показу, соображениями цензуры и т. п.

На подобного рода комплексность АВП указывает в своих работах и Ф. Чауме, который представляет АВП с двух позиций: как процесс трансформации одного аудиовизуального текста в другой аудиовизуальный текст посредством применения определенной стратегии, учитывая особенности структуры текста; и как результат – аудиовизуальный продукт, который необходимо рассматривать «с лингвистико-дискурсивной, кинематографической, идеологической, культурной и прочих точек зрения» [Chaume 2002: 5]. Таким образом, необходимо учитывать не только лингвистические аспекты процесса АВП, но и принимать во внимание совокупность экстралингвистических факторов, связанных со спецификой технологии осуществления АВП, требованиями конечного заказчика, а также личностной спецификой переводчика как интерпретатора текста.

Специфика АВП объясняется не только полимодальной природой аудиовизуальных текстов и спецификой организации производственного процесса по переводу аудиовизуальных произведений. Еще одним важным фактором является разнообразие видов АВП, каждый из которых предъявляет определенные технические требования к итоговому тексту перевода, учет которых иногда заставляет переводчика полностью переосмысливать текст и применять отдельные переводческие стратегии и тактики, направленные не только на передачу смыслов, но и на приведение текста перевода в соответствие с техническими условиями его локализации и требованиями инициатора перевода. Более подробно виды АВП будут рассмотрены в разделе 1.3.2.

В результате можно говорить как о языковой специфике работы с полимодальным аудиовизуальным текстом в процессе перевода, так и о специфике, продиктованной различными внешними факторами. Данные факторы можно разделить на три большие категории: технологические, нормативные и личностные.

Наличие технологических факторов обусловливается спецификой процесса выполнения различных видов АВП. Так, существенным образом на принятие переводческого решения влияют функциональные ограничения: темпоральные и спатиальные, вызванные, например, лимитом символов, из которых должен состоять субтитр, необходимостью укладки текста перевода под озвучивание в длину оригинальной фразы или в артикуляцию актеров на экране, спецификой формулирования описаний для слепых и слабовидящих зрителей через призму диегезиса и т. д.

Также к технологическим факторам предлагается отнести процессуальные ограничения, которые обусловлены специфическим местом аудиовизуального переводчика в технологической цепочке подготовки аудиовизуального произведения к показу. Весь технологический процесс, в который включен АВП, можно представить в виде последовательности

отдельных операций, за каждую из которых отвечает отдельный актант (см. рис. 1.1).

Рисунок 1.1. Схематическое отображение подготовки аудиовизуального произведения к кинопоказу

Из рисунка 1.1 видно, что собственно перевод является промежуточным звеном продолжительного процесса, начинающегося с идеи создания аудиовизуального произведения. На первом этапе производства готовится сценарий и ведется поиск финансирования проекта. На этапе предпродакшена начинается планирование процесса кинопроизводства, набор съемочной группы, кастинг актеров и поиск локаций для съемок. Основной этап – съемочный процесс – постепенно перетекает в фазу постпродакшена, когда осуществляется монтаж аудиовизуального произведения, накладывается звук, спецэффекты и т. д. Именно на этом этапе параллельно инициируется фаза дистрибуции, в рамках которой прокатчики предлагают аудиовизуальное произведение телеканалам, кинотеатрам и т. п. На этапе дистрибуции начинается и фаза, которая представляет интерес для данного диссертационного исследования – процесс перевода и подготовки аудиовизуального произведения к кинопоказу. Процесс перевода также включает насколько подэтапов, не все из которых обязательно присутствуют в каждой технологической цепочке: подготовка материалов для перевода

(создание скриптов, диалоговых листов, укладка субтитров и т. п.), непосредственно процесс перевода (создание синхронного текста), укладка текста перевода в соответствии с техническими требованиями отдельного вида АВП (часто совмещается с подэтапом создания синхронного текста), первичная редактура, финальная редактура, локализация (наложение субтитров, озвучивание и сведение звука в студии дубляжа и т. д.). Только после этого аудиовизуальное произведение попадает в кинотеатры, на телеканалы и т. п. Важно отметить, что сетка релизов, определяющая дату и время показа аудиовизуального произведения, четко фиксирована и может быть составлена еще до начала процесса перевода. И лишь на последнем этапе аудиовизуальное произведение поступает к конечному адресату перевода – потребителю. Переводчик в сложном процессе АВП играет роль основного связующего звена между производителями и распространителями контента и его конечными получателями, что налагает серьезную ответственность по обеспечению высокого качества перевода и соблюдению жестких временных рамок по времени реализации переводческого проекта.

К нормативным внешним факторам, оказывающим существенное воздействие на принятие переводческого решения в рамках процесса АВП, относятся разнообразные требования к итоговому результату перевода, формулируемые заказчиками перевода, обусловленные конвенциональными или юридическими нормами страны языка перевода. Так, в процессе поиска переводческого решения важно соотносить варианты перевода с требованиями закона об авторском праве (это относится к переводу цитат, песен, стихов и т. п., которые могут быть защищены авторским правом), требованиями заказчика к специфике использования отдельных речевых регистров (обсценной, сниженной, профессиональной лексики и прочее). Конвенциональные нормы корректируют спектр возможных переводческих решений, что обусловлено требованиями цензуры, социально-культурными нормами принимающей культуры, спецификой целевых аудиторий, для которых предназначено аудиовизуальное произведение.

К личностным внешним факторам можно отнести степень информационного запаса переводчика, уровень фоновых знаний, индивидуальные способности переводчика как интрепретатора, владение языком оригинала и языком перевода, то есть универсальный набор факторов, которые влияют на процесс перевода в самом общем смысле. С точки зрения АВП, к данным факторам также можно отнести уровень насмотренности, то есть когнитивный опыт, приобретенный в результате просмотра большого количества аудиовизуальных произведений, в особенности входящих в золотой фонд мирового кинематографа. Это необходимо для более четкого распознавания интертекста, явной и скрытой цитации, то есть всех тех приемов, которые довольно часто используются при создании аудиовизуальных произведений самых различных форматов.

Таким образом, АВП сегодня – это сложный, эклектичный, мультидисциплинарный процесс по пересозданию аудиовизуального продукта для новой аудитории, с учетом ее предпочтений, культурных ценностей, социальных установок, особенностей восприятия, а также разнообразных функциональных нормативных и технологических ограничений, накладываемых на переводчика в каждом конкретном случае. Такая многоаспектность данного вида перевода и его синергетичность позволяют говорить об **аудиовизуальном переводе как о высокотехнологичном процессе декодирования и передачи вербального и невербального компонентов полимодального единства аудиовизуального произведения средствами языка перевода, в результате чего создается новый вербальный компонент этого единства, пригодный к дальнейшей обработке (локализации) с учетом общего контекста произведения, особенностей принимающей культуры, особенностей потребления контента его реципиентами, функциональных нормативных требований, предъявляемых в рамках отдельного вида перевода.**

1.3.2. К соотношению понятий аудиовизуальный перевод и локализация[3]

В предыдущих разделах неоднократно упоминался термин «локализация», который, несмотря на довольно широкую распространенность, толкуется и понимается весьма неоднозначно. Данный раздел ставит своей задачей рассмотреть подходы к трактовке сущности понятия локализации, предлагаемой представителями отрасли и переводоведами, а затем привести авторскую точку зрения, на которую будут опираться дальнейшие рассуждения об АВП.

1.3.2.1. Понимание сущности перевода и локализации с точки зрения профессионального переводческого сообщества

Термин «локализация» чаще всего связывается с процессом адаптации и продвижения программного обеспечения для персональных компьютеров на зарубежных рынках. Пионером в таком роде деятельности стала ныне всемирно известная корпорация Microsoft, которая еще в 1978 году открыла свое первое представительство в Японии, а на следующий год вышла на европейский рынок. Другим крупным игроком того времени стала еще одна американская компания Sun Microsystems, которая вышла на рынки Европы в 1983 году, а в 1986 году начала поставлять свои программные продукты в страны Азии и в Австралию. [Esselink 2003: 4]. Однако изначально этот термин использовался для обозначения особой стратегии перевода художественной литературы, в частности произведений для детей, заключающейся в адаптации культурных контекстов: переименовании героев, изменении места действия. Это позволяло художественному

[3] В сокращенной форме содержание раздела 1.3.3 опубликовано в статье: Малёнова Е. Д. Перевод vs локализация: терминологическая дихотомия или естественная интеграция? // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2022. Вып. 1 (57). С. 59–77.

произведению соответствовать реалиям культуры языка перевода [Bernal-Merino 2013: 126].

Классическое определение локализации в начале XXI столетия сформулировал Б. Эсселинк. В его понимании локализация – процесс лингвистической и культурной адаптации продукта к целевой *locale* (стране/региону и языку), в которой этот продукт будет использоваться и продаваться [Esselink 2000: 3]. Данное определение вызывает слудующий исследовательский вопрос: являются ли лингвистическая и культурная адаптация последовательными и стратегически разделенными процессами, или оба вида адаптации представляют собой два взаимосвязанных элемента одного процесса – перевода?

Как показывает анализ сайтов крупных профессиональных организаций и компаний-поставщиков лингвистических услуг, представители отрасли позиционируют локализацию как услугу более высокого порядка, чем собственно перевод, отделяя культурную адаптацию от лингвистической. Перевод понимается в рамках текстоцентрической ретроспективной парадигмы как «преобразование слов с одного языка на другой» [Smartling 2023], «передача текста с одного языка на другой с сохранением эквивалентности значений» [Harris 2022], «пословное преобразование языка» [Protекст 2016].

Такое понимание локализации может объясняться позицией международной организации LISA (Localization Industry Standards Association – Международная ассоциация стандартизации в области локализации), которая функционировала до 2011 года и объединяла поставщиков и получателей услуг в области локализации. В «Руководстве по отрасли локализации», изданном LISA в 2003 году, отмечено, что в процессе локализации необходимо обращать внимание на три вида проблем: лингвистические, связанные непосредственно с процессом перевода интерфейса пользователя продукта и сопроводительной документации; культурологические, связанные с необходимостью адаптировать продукт, его

функционал и способы презентации информации к требованиям локальных целевых культур; и технические, связанные с внесениями изменений в код (в случае локализации программного обеспечения и других цифровых продуктов) или изменением оформления продукта или его упаковки [LISA 2003: 13]. Подобного подхода к пониманию локализации придерживается и международная некоммерческая ассоциация GALA (Globalization and Localization Association – Ассоциация по вопросам глобализации и локализации), определяя перевод как лингвистический процесс, подразумевающий передачу смысла с одного языка на другой. Под локализацией GALA понимает процесс адаптации продукта или услуги к требованиям отдельной *locale* [GALA 2020].

Представители поставщиков лингвистических услуг полагают, что «локализация перевода требует гораздо большего профессионализма, опыта и мастерства, чем обычный перевод текстов с одного языка на другой» [АКМ-ВЕСТ 2018] и «отличается от привычной услуги перевода тем, что учитывает культурные особенности целевого рынка» [Neotech 2021]. С одной стороны, при локализации текст оригинала действительно подвергается более глубокой трансформации, чем в процессе перевода: меняются цветовые решения оформления текста, производится адаптация паралингвистических элементов текста (визуального сопровождения, шрифта и т. д.). Также могут быть изменены числовые элементы, включающие обозначения даты, времени, осуществлен перерасчет денежных сумм в соответствии с изменением валюты, перевод может быть адаптирован к требованиям страны языка локализации [Clear Words Translation 2017]. С другой стороны, локализация рассматривается как отдельный процесс, который направлен на учет специфики перевода культурно-обусловленных идиом и реалий [Harris 2022]. Некоторые исследователи ставят знак равенства между локализацией и лингвокультурной адаптацией локализуемого материала, так как «для максимального вовлечения аудитории важно не только соблюсти точность перевода на соответствующий язык, но и

адаптировать материал с учетом лексической, геополитической, человеческой составляющих» [Ангира 2023].

Все перечисленные выше точки зрения представляют собой своеобразный редукционистский подход к пониманию перевода и локализации. Перевод понимается исключительно как конвертация текста на одном языке в текст на другом языке, а локализация – как адаптация продукта к требованиям конкретных рынков сбыта [Sprung 2000: x]. При таком подходе локализация и культурная адаптация представляют собой синонимы, а объектом адаптации становится либо продукт, который адаптируется к языку и культуре конкретного рынка сбыта [Miscrosoft 2022], либо контент, который должен быть представлен пользователю в максимально естественной, нативной форме [Dynamic Language 2021]. В этом случае перевод «занимает нейтральную позицию по отношению к различным культурам и фокусируется на лингвистической составляющей» [CommLab India Bloggers, 2025].

Несмотря на то, что большинство поставщиков лингвистических услуг придерживается описанного выше подхода к пониманию соотношения процессов перевода и локализации, существует мнение, что локализация – совокупность процессов по адаптации программного обеспечения для его распространения на территории какой-либо страны с учетом специфики его использования и совсем не обязательно подразумевает под собой перевод [Киселева 2015]. Перевод может являться основным элементом процесса локализации, но не подменяет ее. Например, при локализации программного обеспечения процесс осуществляется в несколько отдельных, но взаимосвязанных этапов: перевод текста, обработка элементов интерфейса (выравнивание и размещение), локализация вспомогательных файлов, включающая переозвучивание звуковых сообщений и перерисовку изображений [Перевод.РУ 2021]. Такой комплексный подход позволяет разделить перевод и технологическую обработку текста как неотъемлемые этапы локализации.

1.3.2.2. Понимание сущности перевода и локализации с точки зрения академического переводоведческого сообщества

В современном академическом переводоведческом сообществе также бытует два подхода к пониманию соотношения понятий перевода и локализации. В рамках первого подхода локализация рассматривается как один из способов перевода, применяемый при разработке нескольких версий одного и того же программного обеспечения на разных языках [Corbolante & Irmler 2001: 516]. В этом смысле утрачивается функция перевода как культурного переноса, который, несомненно, является интегративным элементом переводческой деятельности, независимо от вида перевода и жанра переводимого материала. Это чисто лингвистический подход, который В. В. Сдобников правомерно называет наивным, утверждая, что ни один из исследователей не воспримет всерьез идею «выхолостить перевод, лишив его культурной составляющей» [Sdobnikov 2018: 1494].

Действительно, с точки зрения современных научных подходов, переводческая деятельность – это процесс являющийся «фактом принимающей культуры» [Toury 1995: 23], перевод мыслится как кросс-культурный процесс, а выбор стратегий и тактик перевода напрямую зависит от культурной обусловленности коммуникативной ситуации. В связи с этим критика идеи противопоставления процессов перевода и локализации абсолютно обоснована. В этом смысле интересно привести точку зрения Э. Пима и К. Уиндла, которые считают, что в процессе осуществления перевода в рамках локализации у переводчиков может не возникать необходимости в культурной и прагматической адаптации оригинала, так как на первом этапе локализации – интернационализации – оригинал может быть в принципе лишен каких-либо культурно-обусловленных элементов [Pym, Windle 2011], что лишает локализацию привязки к процессу исключительно лингвокультурной адаптации.

В рамках второго подхода – технологического – локализация рассматривается как комплекс действий по адаптации программного

продукта к нуждам и требованиям отдельной *locale*, а не сводится к переводу текстов компьютерных программ и приложений, выводимых на экран [Bernal-Merino 2013: 127]. Таким образом, локализация становится гиперонимом по отношению к понятию перевода, описывая весь технологический процесс работы с материалом на языке оригинала и включая в себя перевод как отдельный этап, который сопровождается большим количеством других процессов [Schäler 2010: 209]. Как утверждают Б. Хатим и Дж. Мандей, модели локализации, разработанные крупными коммерческими организациями, включают до 14 этапов, одним из которых является перевод [Hatim, Munday 2004: 321].

Имеет смысл рассматривать локализацию как «совокупность процессов, посредством которых цифровой контент или любой другой продукт, созданный в одной *locale* и обладающий специфическими чертами, обусловленными географическим положением, языком и культурой страны-производителя, адаптируется для продажи или иного использования в другой *locale*. Она включает в себя два основных и взаимосвязанных этапа: перевод контента, оформленного в виде текста, в соответствии с языковыми и прочими, имеющими отношение к тексту, конвенциями целевой *locale* и адаптацию нетекстового контента, а также механизмов запуска, производства и поставки контента или продукта с учетом культурной специфики, технических требований и нормативных требований целевой *locale*» [Малёнова 2022: 70]. Таким образом, «локализация представляет собой не отдельные специфические задачи, а совокупность процессов адаптации продукта» [Dunne 2006: 4]. Такой комплексный подход определению сущности локализации будет в дальнейшем использоваться в настоящем диссертационном исследовании.

1.3.2.3. Аудиовизуальный перевод как этап процесса локализации аудиовизуальных произведений

Развитие технологий и глобальное распространение сети Интернет приводит тому, что термины локализация и *locale* «утрачивают связь с практиками адаптации цифрового контента и используются для обозначения любых практик кросс-национальной и кросс-культурной адаптации и модификации продуктов, бизнес-стратегий и бизнес-процессов» [Ачкасов 2019: 87]. Что касается АВП, Ф. Чауме также отмечает, что термин «локализация» становится гиперонимом к любому термину, обозначающему вид аудиовизуального перевода: дублирование, субтитрирование, закадровое озвучивание, субтитрирование для глухих и слабослышащих зрителей, аудиодескрипцию, суртитрирование, респикинг и т. п. [Chaume 2019: 103]. Причина для применения данного подхода к пониманию локализации вполне очевидна: АВП с самого начала был тесно связан не только с лингвистической, но и с технологической обработкой контента. Это касается не столько использования специализированного программного обеспечения, сколько специфики технологического процесса АВП, которая подробнее описана в разделе 1.3.1. Такое понимание сущности локализации созвучно с позицией М. А. Хименес-Креспо, который дает следующее определение: локализация – «комплексный коммуникативный, когнитивный, лингвистический и технологический процесс, посредством которого интерактивные цифровые тексты модифицируются с целью дальнейшего их использования в иных лингвистических и социокультурных контекстах в соответствии с ожиданиями целевых аудиторий и требованиями инициаторов данного процесса» [Jiménes-Crespo 2013: 20]. Несмотря на то, что автор сконцентрирован на исследовании веб-локализации, его определение в полной мере подходит и к локализации аудиовизуального контента, в ходе которой, безусловно, учитываются все особенности данного процесса: коммуникативный (дистантное общение со зрителем посредством демонстрации аудиовизуального произведения), когнитивный (специфика

восприятия аудиовизуального произведения зрителями в зависимости от актуализируемых модусов и специфики когнитивных потребностей зрителя), лингвистический (собственно перевод с учетом всех остальных факторов, обусловливающих специфику процесса локализации) и технологический (специфика обработки и демонстрации аудиовизуального произведения, зависящие от применяемого вида аудиовизуального перевода). Аудиовизуальный текст, как уже не раз отмечалось выше, обладает свойствами полимодальности и интерактивности, то есть вполне может быть подвергнут локализации, а учет требований инициаторов и ожиданий целевых аудиторий становится в подавляющем большинстве случаев решающим фактором выбора технологического способа локализации, отдельных стратегий и тактик перевода, а также переводческих операций.

Конечная цель переноса аудиовизуального произведения в другую культуру – обеспечение зрителю комфортного потребления этого произведения на родном языке. Вполне естественно, что процесс такого переноса будет представлять собой совокупность различных операций, включающих следующие этапы:

1) подготовительный этап: работа с оригинальным сценарием (составление скрипта или диалогового листа, создание шаблона субтитров, создание локализационных листов, глоссариев и файлов KNP (Key Names and Phrases – ключевые имена и фразы), содержащих реалии и прецедентные феномены, относящиеся к конкретному аудиовизуальному произведению;

2) переводческий этап: собственно АВП в зависимости от традиций просмотра аудиовизуальных произведений в конкретной *locale* (субтитры, различные виды перевода под озвучивание), требований заказчика, специфики восприятия аудиовизуального произведения зрителями с особыми когнитивными потребностями (слабослышащими, слабовидящими и т. п.);

3) технологический этап: финальная обработка аудиовизуального произведения в соответствии с выбранной технологией обеспечения просмотра: внедрение готовых субтитров в текст, запись синхронного текста

или тифлодорожки в студии с дальнейшим сведением и обработкой звуковой дубляжной дорожки, при необходимости – внесение изменений в видеоряд в соответствии с лингвокультурной спецификой принимающей *locale*, приведение отдельных элементов сценария в соответствие с законодательством принимающей *locale* и т. д.

Важно отметить, что эти этапы могут накладываться друг на друга, проходить синхронно или асинхронно, изменения на каждом отдельном этапе будут инициировать внесение изменений на предыдущих этапах. В настоящем исследовании весь этот процесс в совокупности, вслед за М. А. Хименес-Креспо, будет пониматься как локализация. Причем из описания процесса локализации четко видно, что определяющим вектором процесса локализации является способ доставки смыслов аудиовизуального текста конечному потребителю (в письменной форме – в виде субтитров; в устной форме – в виде дубляжной аудиодорожки). АВП является неотъемлемой частью локализационного процесса, а вид АВП, применяемый в том или ином случае, обусловлен спецификой локализации аудиовизуального произведения. В следующем разделе подробно остановимся на видах АВП, определяемых спецификой процесса локализации того или иного аудиовизуального произведения.

1.3.3. Виды аудиовизуального перевода

Многоаспектность АВП, о которой говорилось выше, во многом обусловлены разнообразием его видов. Для выработки рабочей классификации, которая в дальнейшем будет использована в целях настоящего исследования, рассмотрим различные классификации АВП. Сущность той или иной классификации связана в первую очередь со спецификой развития АВП в отдельно взятый период времени, а также с доминирующим видом АВП, применяемым в той или иной стране.

Традиционно выделяют две большие группы видов АВП, классифицируемые на основании формы итогового воплощения текста

перевода: письменной или устной. Таким образом, в одну группу входят виды АВП, связанные с субтитрированием, то есть созданием коротких фрагментов письменного текста, накладываемого непосредственно на видеоряд или демонстрируемого синхронно с видеорядом при использовании дополнительного проекционного оборудования, содержащих перевод диалогов и прочих элементов, необходимых для понимания сюжета аудиовизуального произведения. Во вторую группу входят виды АВП, связанные с озвучиванием, то есть звуковым воспроизведением текста перевода, накладываемым поверх или вместо оригинальной звуковой дорожки аудиовизуального произведения. Как уже говорилось выше, для исследователей из разных стран особый интерес представляет та группа видов АВП, которая является доминирующей на аудиовизуальном рынке страны, специфика которого обусловлена историческими факторами развития АВП в отдельной *locale*. Так, Россия, Франция, Германия, Италия, Испания, Турция и некоторые другие традиционно были странами, предпочитающими дублированный перевод, а Бельгия, Дания, Финляндия, Греция, Ирландия, Исландия, Люксембург, Нидерланды, Норвегия, Португалия, Швеция и страны Восточной Европы больше тяготеют к использованию субтитров.

Следуя логике выделения различных видов перевода, предложенной Р. О. Якобсоном [Якобсон 1959], И. Гамбье подразделяет все виды АВП на две группы: внутриязыковой и межъязыковой, в зависимости от языка/языков, задействованных в процессе перевода [Gambier 2013: 49–52]. Внутриязыковой перевод осуществляется между отдельными семиотическими кодами в рамках одного естественного языка. Межъязыковой перевод подразумевает собой перевод с одного естественного языка на другой, сопровождаемый изменением семиотических кодов. К внутриязыковым видам АВП И. Гамбье относит:

1. Внутриязыковое субтитрирование (SLS – Same Language Subtitling, то есть субтитрирование в рамках одного языка). Внутриязыковые субтитры

могут использоваться как в образовательных целях для обучения иностранному языку, так и в целях обеспечения доступности к аудиовизуальным произведениям зрителей с частичным или полным поражением слуха (SDH – Subtitles for the Deaf and Hard-of-Hearing, то есть субтитры для глухих и слабослышащих).

2. «Живое» субтитрирование или субтитрирование в режиме реального времени, которое еще называется респикинг (от английского respeaking – повторное произнесение). Данный вид внутриязыкового субтитрирования производится с использованием систем распознавания речи, которые автоматически генерируют субтитры на основании повторенного или перефразированного переводчиком текста, звучащего с экрана.

3. Аудиодескрипция (в российской традиции – тифлокомментирование) – вид аудиовизуального перевода, который обеспечивает доступность слепых и слабовидящих зрителей к аудиовизуальным произведениям. В процессе создания аудиодескрипции переводчик осуществляет не только внутриязыковой, но и интерсемиотический перевод, описывая то, что происходит на экране (внешность героев, их действия, костюмы, сценографию и т. п.). Необходимо отметить, что аудиодескрипцию можно отнести и к межъязыковому переводу, так как в некоторых случаях переводчик осуществляет межъязыковой перевод тифлодорожки на иностранном языке, внося в него изменения или дополнения, необходимые для обеспечения понимания аудиовизуального произведения потребителями с нарушениями зрения, представляющими иную лингвокультуру.

Говоря о межъязыковом АВП, И. Гамбье подробно описывает семь его разновидностей:

1. Перевод скрипта или сценария аудиовизуального произведения. Такого рода перевод может быть необходим для ознакомления потенциальных зарубежных инвесторов, продюсеров, актеров и т. п. с

сюжетом аудиовизуального произведения для принятия решения об участии в предлагаемом проекте.

2. Межъязыковое субтитрирование – создание переводных субтитров на языке перевода. Процесс создания межъязыковых субтитров включает не только непосредственно перевод, но и укладку текста субтитров с использованием специального программного обеспечения, позволяющего соблюсти технические требования к субтитрам: скорость чтения, длину строки, интервал между субтитрами и т. п. Необходимо отметить, что в некоторых странах распространено двуязычное субтитрирование, когда первая строка субтитра представляет собой оригинальную реплику, а вторая – ее перевод. Такого рода субтитры изготавливаются для международных кинофестивалей или для регионов, жители которых говорят на нескольких государственных языках.

3. Дублирование (в профессиональном общении – дубляж), которое представляет собой замену оригинальной аудиодорожки на соответствующую ей аудиодорожку на языке перевода, содержащую текст диалогов, синхронизированный с оригиналом по времени и/или артикуляции актеров. В странах, предпочитающих субтитрирование, этот вид АВП применяется для перевода детских программ.

4. Свободный комментарий – вид межъязыкового перевода, представляющий собой перевод под озвучивание-адаптацию аудиовизуального контента под новые целевые аудитории. Свободный комментарий допускает наличие опущений, дополнений, комментариев и разъяснений и также используется в случае перевода детских программ, документальных кинолент и корпоративных видео.

5. Устный перевод аудиовизуальных произведений, который может выполняться как последовательно, так и синхронно, а также с использованием жестового языка. Такой перевод может осуществляться как для сопровождения аудиовизуальных произведений, снимаемых в студии (интервью, ток-шоу), так и для лингвистического сопровождения трансляций

событий, происходящих в иных локациях (новостные репортажи, пресс-конференции, политические заявления, коронации, похороны и т. п.).

6. Закадровый перевод, полудубляж или войсовер (от английского voice-over – наложение голоса) подразумевает собой наложение озвученного перевода на приглушенную оригинальную аудиодорожку и используется для перевода документальных фильмов, телевизионных сериалов и т. д.

7. Суртитрирование или создание надтитров – вид АВП, применяемый для лингвистического сопровождения театральных постановок и представляющий собой разновидность субтитров, которые выводятся вручную на экраны, расположенные на сцене или на порталах рядом с ней. В некоторых театральных постановках суртитры становятся частью сценографического решения спектакля и выводятся, например, на большой экран, представляющий собой интерактивный задник сцены.

Классификация видов АВП по И. Гамбье, с одной стороны, является базовой для рассмотрения дополнительных разновидностей АВП, обусловленных, к примеру, спецификой создателей перевода (профессиональный перевод vs фанатский перевод). С другой стороны, многие виды АВП могут одновременно выступать и как внутриязыковые, и как межъязыковые (например, субтитрирование). В связи с этим наиболее популярным основанием для классификации АВП у различных исследователей выступает не соотношение вербальных семиотических систем, а способ локализации переводного аудиовизуального произведения в процессе подготовки его к релизу для иноязычных зрителей или зрителей с особыми когнитивными потребностями. В этом смысле наиболее полной представляется классификация видов АВП, предложенная Ф. Чауме и составленная на основании противопоставления двух технологий АВП: перевода под озвучивание и субтитрирования [Chaume 2013: 107–114].

Под видами АВП, выделяемыми на основании использования технологии записи и наложения новой звуковой дорожки с последующей ее синхронизацией, Ф. Чауме понимает традиционное дублирование,

заключающееся в создании синхронного текста перевода, и его липсинк (от английского lip-synch – синхрония губ), то есть приведение текста перевода в соответствие с движениями артикуляционного аппарата актеров на экране; закадровый перевод, включающий в себя и русский закадр, описанный в разделе 1.2, который Ф. Чауме называет Gavrilov translation. Также отдельно рассматривается синхронный перевод аудиовизуальных произведений, который применяется на кинофестивалях и на специальных кинопоказах, перевод на жестовый язык, аудиодескрипция и свободный комментарий, к которому автор относит и пародийные переводы Гоблина (Д. Ю. Пучкова). В качестве отдельного вида АВП указывается фанатское дублирование или фандабинг (от английского fandubbing – фанатский дубляж или fundubbing – пародийный дубляж), представляющее собой полноценное дублирование аудиовизуального произведения, выполненное представителем фанатской аудитории, в рамках которого фанаты не связаны конкретными инструкциями заказчиков и могут позволить себе больше свободы в передаче, например, комического эффекта.

К видам АВП, основанным на выполнении перевода в письменной форме и включении его в оригинальный видеоряд или выведении рядом с экраном, на котором демонстрируется оригинальный текст, Ф. Чауме относит субтитрирование, суртитрирование, «живое» субтитрирование, субтитрирование для глухих и слабослышащих зрителей, а также, по аналогии с предыдущей группой видов АВП, фанатское субтитрирование или фансабинг (от английского fansubbing – фанатские субтитры). Фанатское субтитрирование отличается от консервативных практик традиционного субтитрирования: субтитры могут быть цветными, появляться в любой части экрана, могут использоваться нетрадиционные шрифты. Также в фанатских субтитрах часто нарушаются требования соблюдения фиксированных скорости чтения и длины строки. Учитывая распространенность фанатских практик АВП, Р. Баньос и Х. Диас Синтас предлагают использовать зонтичные термины «киберсубтитрирование» и «кибердубляж» для

номинации огромного количества видов такого АВП, распространенных в Интернете [Baños, Díaz-Cintas 2024: 130]. Например, киберсубтитрирование включает в себя не только создание фанатских субтитров, но и «партизанские» субтитры (guerrilla subtitles), цель которых – обойти цензуру и сообщить собственную точку зрения на факты, транслируемые с экрана; а также «волонтерские» субтитры (altruist subtitles), которые традиционно выполняются группами переводчиков, созданными по принципу краудсорсинга [Там же. С. 131].

Необходимо отметить, что перечень видов АВП, предлагаемый Ф. Чауме и Р. Баньос и Х. Диас Синтасом, также не является исчерпывающим. Как уже было отмечено выше, И. Гамбье причисляет к видам АВП перевод на жестовый язык [Gambier 2013: 51], А. Бартоломе и Г. Кабрера дополнительно выделяют частичный дубляж, в процессе которого на оригинальную звуковую дорожку накладывается озвученный сокращенный перевод; закадровый дикторский текст, представляющий собой разновидность одноголосого или многоголосого закадрового озвучивания, в процессе которого текст прочитывается диктором и не подразумевает актерской игры; перевод скриптов для анимационных фильмов, при котором переводчик не столько переводит, сколько создает диалоги с нуля, опираясь на сюжет и мимику персонажей; мультимедийный перевод, под которым подразумевается перевод компьютерных и видеоигр; создание мультиязычных аудиовизуальных произведений, в которых даже в оригинале используется два или более языков. Авторы также выделяют ремейки как одну из разновидностей мультиязычных произведений, подразумевающую адаптацию оригинального аудиовизуального произведения к новой культуре [Bartolomé, Cabrera 2005: 96–100].

Классификация А. Бартоломе и Г. Кабреры является довольно спорной, так как в нее включены отдельные частные виды АВП, некоторые из них представляют собой решение переводческой сверхзадачи, то есть создание текста перевода при отсутствии оригинала. Более приближенной к реальной

практике АВП представляется классификация Л. Перес-Гонсалеса, который подразделяет все виды АВП на три большие группы, используя различные основания для классификации: способ локализации и специфику адаптации аудиовизуального контента для зрителей с особыми когнитивными потребностями. Он выделяет субтитрирование; перевод под озвучивание, включающий дубляж-липсинк, закадровое озвучивание, закадровый дикторский текст, свободный комментарий и синхронный перевод; и ассистивный перевод, включающий перевод субтитров для глухих и слабослышащих зрителей, респикинг и аудиодескрипцию [Pérez-González 2014: 12].

Если говорить об отечественных классификациях АВП, наибольшего внимания заслуживает классификация А. В. Козуляева [Козуляев 2019: 39–43], который использует термин «модус аудиовизуального перевода» как синоним термину «вид аудиовизуального перевода». С одной стороны, исследователь выделяет традиционные виды: АВП под закадровое озвучивание, АВП под простое субтитрирование, субтитрирование для глухих и слабослышащих зрителей (SDH), АВП под дубляж и различные виды мимической и фонетической синхронизации, АВП для межъязыкового синхронного субтитрирования (респикинг) и АВП для свободного пересказа (Гоблин-перевод). С другой стороны, А. В. Козуляев упоминает новые виды АВП, о которых не шло речи в исследованиях предшественников: АВП для трехмерного субтитрирования, которое создает для зрителя иммерсивную среду и выполняется в соответствии со специфическими требованиями, так как «появляющаяся надпись не должна разрушать иллюзию реальности и присутствия “внутри экранного действия”, создающуюся у зрителя» [Козуляев 2019: 39], и перевод текстово-графических интерактивных метаданных для сенсорно-погружающих сред, «что приводит к “сенсорной перебалансировке” аудиовизуального произведения на языке перевода» [Там же. С. 40].

В качестве попытки обобщить представления о видах АВП, исследуемых современными переводоведами, обратимся к опыту Р. З. Гилич [Giliç 2020: 12], которая приводит сводную таблицу видов АВП, составленную А. Бартоломе и Г. Кабрера в 2005 году [Bartolomé, Cabrera 2005: 104]. Отметим, что в рамках данного исследования сводная таблица была существенно переработана и дополнена на основании анализа исследований АВП, выполненных за последние 10 лет. Результаты представлены в таблице 1.3.

Таблица 1.3

Виды АВП в соответствии с различными классификациями

	Диас Синтас (2001), Де Линде, Кей (1999) Гамбье (1996)	**Бартоломе, Кабрера (2005)**	**Гамбье (2013)**	**Чауме (2013)**	**Перес-Гонсалес (2014)**	**Козуляев (2019)**
Локализация в письменной форме	Субтитрирование	Субтитрирование	Внутриязыковое субтитрирование	Субтитрирование	Субтитрирование	Субтитрирование
			Межъязыковое субтитрирование			
		Субтитрирование SDH	Субтитрирование SDH	Субтитрирование SDH	Субтитрирование SDH	Субтитрирование SDH
	«Живое» субтитрирование	«Живое» субтитрирование	«Живое» субтитрирование	«Живое» субтитрирование	«Живое» субтитрирование (респикинг)	Межъязыковое синхронное субтитрирование
	Суртитрирование	Суртитрирование	Суртитрирование	Суртитрирование		
				Фансабинг		
						Трехмерное субтитрирование
		Перевод скрипта	Перевод сценария			
		Перевод сценария (анимация)				
						Перевод метаданных

Продолжение таблицы 1.3

Виды АВП в соответствии с различными классификациями

	Диас Синтас (2001), Де Линде, Кей (1999) Гамбье (1996)	**Бартоломе, Кабрера (2005)**	**Гамбье (2013)**	**Чауме (2013)**	**Перес-Гонсалес (2014)**	**Козуляев (2019)**
Локализация в устной форме	Дублирование	Дублирование	Дублирование	Дублирование	Липсинк	Дублирование
		Частичное дублирование	Полудублирование	Gavrilov Translation		
	Закадровое озвучивание	Закадровое озвучивание	Закадровое озвучивание	Закадровое озвучивание	Закадровое озвучивание	Закадровое озвучивание
	Закадровый дикторский текст	Закадровый дикторский текст			Закадровый дикторский текст	
	Комментарий	Свободный комментарий	Свободный комментарий	Свободный комментарий (Гоблин-перевод)	Свободный комментарий	Свободный пересказ (Гоблин-перевод)
	Устный перевод: -последовательный -синхронный	Устный перевод: -последовательный -синхронный	Устный перевод: -последовательный -синхронный	Синхронный перевод	Синхронный перевод	
				Фандабинг		
		Аудиодескрипция	Аудиодескрипция	Аудиодескрипция	Аудиодескрипция	
Смешанная локализация		Мультимедийный перевод				
	Мультиязычный перевод	Мультиязычный перевод				
		Ремейк				

Из представленной таблицы видно, что подавляющее большинство авторов классификаций солидарны в выделении наиболее популярных и востребованных видов АВП: различных видов субтитрирования, дублирования, перевода под закадровое озвучивание, устного перевода аудиовизуальных произведений и способов обеспечения медиадоступности (аудиодескрипция и субтитры SDH). С течением времени исследователи отказываются включать в виды АВП те, что основаны на принципе смешанной локализации (мультиязычный перевод, ремейк, перевод сценариев мультипликационных фильмов и т. п.), зато включают в нее подвиды АВП, обусловленные либо спецификой самих переводчиков (фансабинг и фандабинг), либо спецификой технологии демонстрации аудиовизуального произведения (перевод для трехмерного субтитрирования).

Соблюдая принцип категоризации по специфике локализации и учитывая развитие технологий АВП в нашей стране, предложим собственную классификацию видов АВП, которая основана как на работах предшественников, так и на собственном опыте и опыте исследователей, отраженном в глоссарии основных терминов аудиовизуального перевода, составленном в 2021 году [Специалист в области перевода и медиадоступности… 2021: 9–20]. Классификация представлена на рисунке 1.2.

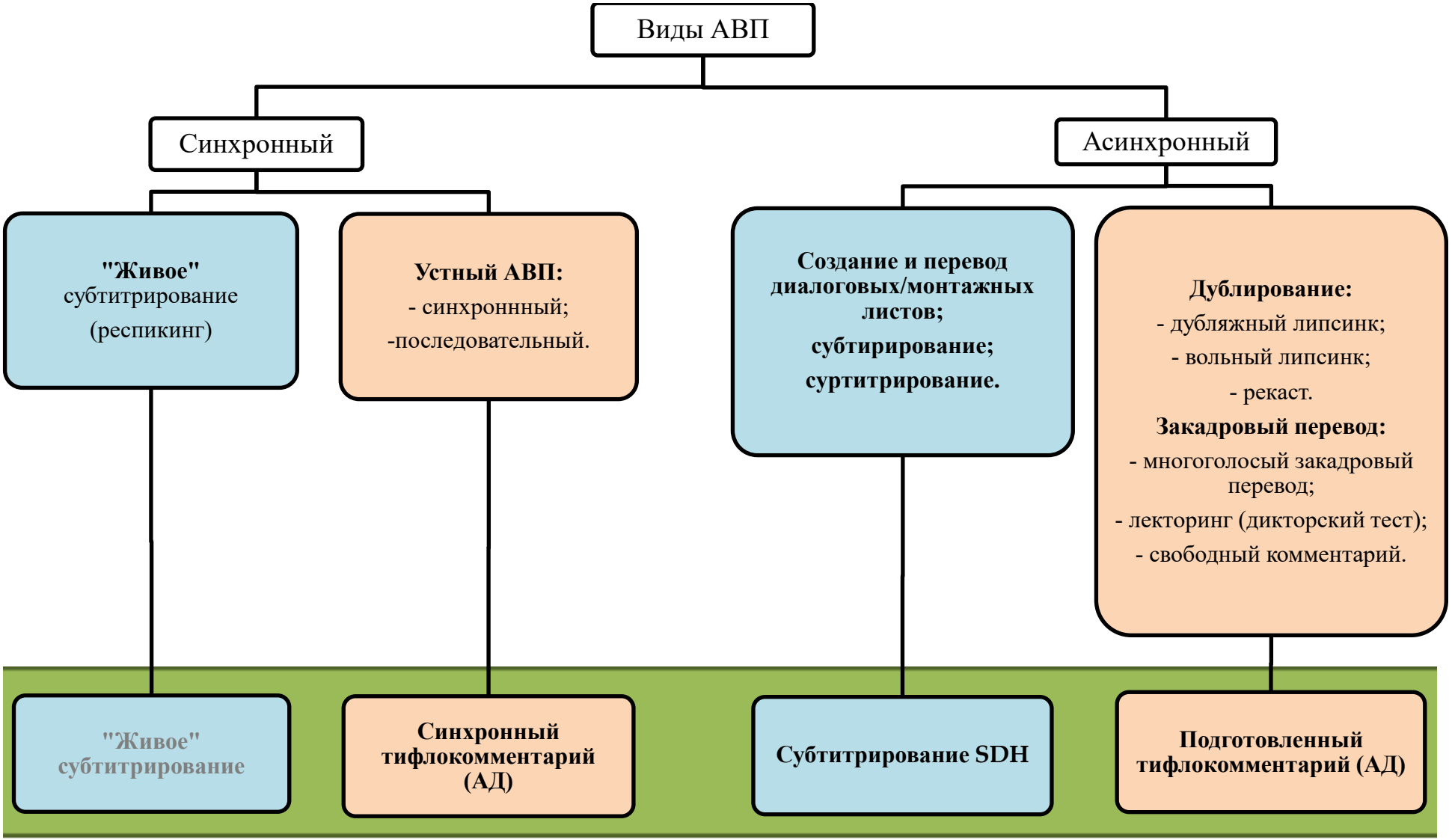

Рисунок 1.2. Схематическое отображение классификации видов АВП

На рисунке 1.2 все виды АВП разделены на две большие группы: АВП, выполняемый синхронно с показом аудиовизуального произведения, и АВП, выполняемый асинхронно и затем инкорпорируемый в видео- или аудиоряд. Все виды АВП, включенные в вышеупомянутые группы, разделены по типам локализации: голубой прямоугольник – локализация в письменной форме, светло-оранжевый прямоугольник – локализация в устной форме. В поле зеленого цвета те виды АВП, которые входят в категорию обеспечения медиадоступности, то есть предназначены для аудиторий с особыми когнитивными потребностями.

Таким образом, к синхронным видам АВП отнесены «живое» субтитрирование (респикинг), различные устные виды АВП и тифлокомментарий (аудиодескрипция), выполняемый синхронно в режиме реального времени непосредственно во время комментируемого события. Также «живое» субтитрирование частично вынесено в категорию обеспечения медиадоступности, так как субтитры в режиме реального времени могут использоваться в качестве опоры для зрителей с нарушениями слуха.

К асинхронным видам АВП, локализуемым в письменной форме, отнесены традиционные субтирирование, суртитрирование, в категорию медиадоступности вынесено асинхронное субтирирование SDH для глухих и слабослышащих зрителей. Также к данной группе отнесен процесс создания диалоговых и монтажных листов. Это довольно частотная услуга внутриязыкового или межъязыкового АВП, включающая в себя интерсемиотический компонент, так как создание монтажных листов подразумевает вербальное описание звукового ряда, действий героев и специфики операторской работы.

К асинхронным видам АВП, локализуемым в устной форме, отнесены традиционное дублирование, закадровое озвучивание и подготовленный тифлокомментарий (аудиодескрипция), причем виды дублирования указаны в соответствии с практикой, сложившейся в нашей стране. Выделяется

дубляжный липсинк, при выполнении которого максимальное внимание уделяется синхронизации текста с движениями артикуляционного аппарата актеров на экране. «Учитывается не только количество смыканий губ в итоговом локализованном звуке, но и артикуляционные нюансы: согласные, которые образуют губно-губные и губно-зубные смычки, огубленные звуки и прочее, которые должны в точности совпадать с оригинальным видео [Специалист в области перевода и медиадоступности… 2021: 11]. Менее точная артикуляционная синхронизация обозначается термином «вольный липсинк», который ограничивается «точным совпадением по длине и количеству раскрытий рта» [Там же. С. 10] и применяется при локализации мультипликационных фильмов. Исключительно отечественная реалия – рекаст или полулипсинк – промежуточный вид перевода, при котором производится вольный липсинк с частичным соблюдением артикуляционной синхронности. Иногда в технике рекаста выполняется многоголосый закадровый перевод.

Разнообразие видов АВП, обусловленное условиями его осуществления и спецификой локализации переводимого контента, вынуждает переводчиков прибегать к специфическим тактикам перевода, подробнее которые будут рассмотрены в Главе 4.

1.3.4. Перевод трансмедийного проекта как особый вид аудиовизуального перевода

Важно отметить, что со временем меняется не только технологическая специфика перевода и локализации аудиовизуальных произведений, но и запросы зрителей, которые постепенно из пассивных наблюдателей превращаются в участников и соавторов аудиовизуальных произведений. Зрителю хочется не просто смотреть фильмы и сериалы, но и продолжать свой зрительский опыт, перенаправляя внимание на любимые сюжеты, представленные на иных медиаплатформах. Такого рода запрос не остался без внимания производителей, что привело к появлению феномена трансмедийного проекта, спецификой которого является размещение

аудиовизуального контента на различных медиаплатформах, что заставляет нас говорить об отдельном комплексном виде АВП – переводе трансмедийных проектов. Данный раздел рассматривает сущность трансмедийности и трансмедийного проекта и их специфические черты, которые оказывают существенное влияние на специфику АВП как интегрального элемента локализации трансмедийных проектов для новых аудиторий.

1.3.4.1. Трансмедийность как неотъемлемая составляющая современного медиапространства

Понятие «трансмедийность» вошло в арсенал гуманитарной науки сравнительно недавно, тем не менее оно сразу привлекло внимание ученых и специалистов в сфере культурологии и медиаисследований [Jenkins, 2003; 2006; 2011; Long, 2007; Dena, 2009; Pratten, 2011; Соколова, 2011; Phillips, 2012; Ruppel, 2012; Gambarato, 2013; Дворко, 2013; Kalogeras, 2014; Bernardo, 2014; Пильгун, 2015; Качкаева et al., 2016; Сумская, 2016 и др.]. Подобный интерес объясняется изменением медиакоммуникационной среды, в которой существует современное общество: на смену простым сюжетам и форматам приходит концепция «медиа везде», в условиях которой «цифровизация, сетевизация, индивидуализация, интенсификация, интернационализация, трансмедийность создали новую коммуникационную структуру общества, привели к фрагментации аудитории, формированию “непрерывной” культуры (non-stop culture) и глобализированных рынков» [Как это делается… 2016: 11]. Все эти процессы обусловливают изменения в структуре медиапространства, которое из линейного превращается в многомерное образование, функционирующее в соответствии с законами трансмедийности. Медийный контент, понимаемый как любой вид медиапродукции (книги, фильмы, компьютерные игры и т. п.), «способствующий коммуникации между его производителем и получателем» [Rohn, 2009: 52], распределяется по различным платформам, что позволяет

реципиентам контента получать уникальный культурный и когнитивный опыт.

О трансмедийности как о явлении современного шоу-бизнеса и телевидения впервые упомянула М. Киндер. В ее работах трансмедийность – свойство медийного продукта, которое позволяет зрителям (в случае М. Киндер – детям) «узнавать, выделять и комбинировать различные популярные жанры и их иконографию, функционирующие в кинофильмах, телевизионных программах, комиксах, рекламных роликах, видеоиграх и игрушках» [Kinder 1991: 47]. В результате трансмедийность (или, в терминах М. Киндер, «трансмедийная интертекстуальность») формирует у зрителей ответную реакцию, заставляя их в своем воображении «идентифицировать себя с вымышленным персонажем и вымышленным пространством» [Там же]. Таким образом, понятие трансмедийности с самого начала объединяло в себе принципы распространения медийного продукта в различных медиасредах и постоянной интеракции в паре контент–реципиент, в процессе которой реципиент погружается в трансмедийную реальность, тем самым получая новый культурный опыт.

Апологетом изучения трансмедийности по праву считается американский философ и культуролог Г. Дженкинс, который для обозначения способа построения трансмедийной реальности ввел термин «трансмедийное повествование» (transmedia storytelling), понимая под ним повествование, которое «разворачивается на нескольких медийных платформах, где каждый новый текст вносит свой важный и отличный от других вклад в общее коммуникативное целое» [Jenkins 2006: 95]. Одна из основных особенностей трансмедийного повествования, отличающая его от любого иного вида повествования, заключается в том, что текст, сюжет или ситуация не просто переносятся с одной медиаплатформы на другую. Подключение новой платформы предусматривает обязательную трансформацию исходного материала, использование новых сюжетных ходов и персонажей в рамках одного проекта и, как результат, привлечение новых

целевых аудиторий, активно участвующих в распространении и развитии повествования.

Традиционно под медиаплатформами понимаются как программно-технические цифровые устройства (мобильный телефон, планшет и т. п.), так и субъекты информационно-коммуникационных процессов (масс-медиа, СМИ и т. п.), интернет-сервисы, а также все «виды масс-медиа, виды СМИ в Интернете и все веб-сервисы, предназначенные для производства контента для массовой аудитории» [Красноярова 2016: 51]. Однако в рамках данного исследования медиаплатформа понимается как определенная форма трансляции медиаконтента (литературные издания, СМИ, кино- и телефильмы, телевизионные и интернет сериалы, графические романы, компьютерные игры и т. п.), предназначенного для широкого потребления массовой аудиторией через соответствующий медиаканал (печатное издание, телевидение, кинематограф, интернет и т. д.). Перенос повествования с одной платформы на другую может производиться как в рамках одного медиаканала, например, создание телевизионного мультипликационного сериала на основе телевизионного сериала – две разные медиаплатформы, сосуществующие в пространстве одного медиаканала, так и с участием медиаплатформ, транслируемых посредством разных медиаканалов, например, когда сюжет кинофильма развивается в рамках компьютерной игры.

Отметим, что для обозначения нового способа структурирования медиапространства в современной науке используются и другие термины. Так, М. Хансон оперирует понятием «размытый экран» (screen bleed), используя его для описания нового способа медийного повествования, при котором выдуманные авторами миры распределяются по различным медийным платформам [Hanson 2004: 47]. Для обозначения повествования, существующего в рамках нескольких медиасред, К. Дена использует термин «трансфикция» (transfiction) [Dena 2013]. В этой же связи М. Ито говорит о таком явлении, как «медиамикс» (media mix), представляющем собой способ

повествования, состоящий в создании «всепроникающих масс-медийных систем», в которых информация распределяется по нескольким медиаплатформам [Ito 2005]. Д. Девидсон называет это кросс-медийной коммуникацией (cross-media communication), определяемой как «интегрированный интерактивный контент, распространяемый по различным медиаплатформам, создаваемый различными авторами в различных стилях» [Davidson 2010: 4].

Говоря о процессе распределения трансмедийного повествования между различными платформами, важно помнить о необходимости отличать трансмедийность от прочих форм подачи контента, так как при кажущемся сходстве они принципиально различаются типом связей, устанавливаемых между элементами трансмедийного целого. В случае использования приемов, описанных выше, повествование ведется в горизонтальной плоскости. История, рассказанная посредством различных медиаплатформ, вращается вокруг одного основного конфликта или персонажа, а элементы истории нанизываются на этот конфликт, как бусины на нить.

Самым простым примером такого способа организации повествования может служить экранизация любого произведения, представляющая собой переложение исходного контента средствами иной семиотической системы и его трансляцию посредством нового медиаканала. Например, хорошей иллюстрацией принципа кросс-медийного повествования может послужить история о Гарри Поттере, рассказанная посредством использования нескольких медиаплатформ (серии из семи романов и одной пьесы, восьми фильмов, поставленных по мотивам книг, театральной постановки, мультсериала, нескольких компьютерных игр, серии аудиокниг, телевизионного сериала и т. п.). Повествование в данном случае развивается вокруг одного персонажа и темы конфликта добра и зла. Герои переходят из одной части истории в другую, перемещаются во времени и пространстве. Тем не менее в рамках этого повествования возникает и трансмедийный компонент. Так, в центре внимания пьесы «Гарри Поттер и проклятое дитя»

оказывается уже не столько сам Гарри Поттер, сколько его сын Альбус Северус и его лучший друг Скорпиус Малфой, сын Драко Малфоя, бывшего однокашника и заклятого врага Гарри. Благодаря театральной постановке, премьера которой состоялась 30 июля 2016 года в Лондоне, история переместилась с одной медиаплатформы на другую. Тем не менее логика повествования в книгах, фильмах и аудиокнигах о Гарри Поттере разворачивается от одного элемента к другому. Таким образом, можно сказать, что элементы кросс-медийного проекта состоят в статической связи друг с другом, исходный сюжет не получает нового направления развития.

В трансмедийном целом связь между элементами носит динамический характер: отношения между элементами трансмедийного повествования могут постоянно изменяться: перенос на новую медиаплатформу сопровождается изменением сюжета, приращением новых смыслов. В результате трансмедийное целое, по словам Н. Бернардо, превращается в «мир, населенный персонажами, которые, взаимодействуя друг с другом, создают новые конфликты и сюжетные линии» [Bernardo 2014]. Разные медиаканалы и медиаплатформы позволяют трансмедийному повествованию разворачиваться в иной системе координат: теперь это вертикально-диагональное многомерное образование, мир которого становится больше, чем первоисточник, причем каждая медиаплатфома предлагает свою отдельную точку входа. Это означает, что для освоения отдельно взятого элемента трансмедийного целого реципиентам хватает имеющегося когнитивного и культурного опыта, не связанного с владением информацией относительно других элементов трансмедийного целого. Иными словами, применяя стратегию использования трансмедийного повествования, авторы способны создавать самодостаточные произведения, которые, в принципе, могут восприниматься отдельно друг от друга. Вертикально-диагональная динамическая взаимосвязь этих самостоятельных произведений обусловливает создание отдельного мира трансмедийного целого, для полноценного исследования которого необходимо переключаться на другие

элементы, транслируемые посредством других медиаплатформ. Как справедливо утверждает Дж. Лонг, «представитель аудитории проекта может, теоретически, быть потребителем только игр, только фильмов или только комиксов, но наличие взаимосвязи между ними означает, что опыт взаимодействия с иными медийными формами сделает опыт взаимодействия со всем проектом более эффективным» [Long 2007: 15–16].

Этот мир трансмедийного целого, иногда называемый «вселенная», создается целенаправленно и осторожно, с пристальным вниманием к мельчайшим деталям, что позволяет перемещать трансмедийное повествование на новые медиаплатформы. Под вселенной в этом смысле слова понимается внутренне согласованная воображаемая нарративная система, созданная одним или несколькими произведениями, которая позволяет авторам выстраивать явные или неявные перемещения героев между сериями, сюжетными арками и локациями внутри единого вымышленного мира [Burnett 2021]. Вселенная позволяет создавать спин-оффы (от англ. spin-off – ответвление), то есть ответвления от основного повествования, в которых сохраняются некоторые элементы вселенной трансмедийного проекта; перезагрузки (от англ. reboot – перезагрузка), подразумевающие создание принципиально новой сюжетной линии на базе существующей вселенной. Таким образом, новый элемент трансмедийного целого, размещенный на новой медиаплатформе, представляет собой своеобразное единство противоположностей: с одной стороны, это новое произведение с новым сюжетом; с другой стороны, оно плотно встраивается в канву общего трансмедийного повествования. В результате создается медийное целое, в котором «ни одно предложенное произведение не будет воспроизводить все элементы до одного, но в каждом произведении должно присутствовать достаточное количество элементов, позволяющее с первого взгляда понять, что оба произведения принадлежат к одному и тому же вымышленному миру» [Jenkins 2006: 113].

Продолжая рассматривать пример кросс-медийного проекта о Гарри Поттере, можно с уверенностью заявить, что он выходит на новый, трансмедийный уровень, так как развитие повествования постепенно переориентируется в вертикальном направлении: появляются побочные ветви основного сюжета, действие в которых все так же разворачивается в мире магов и волшебников, но в центре конфликта находятся герои, которые ранее были второстепенными персонажами. Так, например, в 2001 году появилась книга «Фантастические звери: места их обитания», автором которой значится магический зоолог Ньют Саламандер (в действительности книга написана Дж. Роулинг). Это учебник по предмету «Уход за магическими существами», по которому учились Гарри Поттер и его друг Рон Уизли (на полях книги приведены их пометы и комментарии), повествующий о разнообразных вымышленных существах, которые обитают в мире магов и волшебников. В 2016 году по мотивам книги был снят фильм «Фантастические твари и где они обитают», главным героем которого становится автор учебника. Он также существует во вселенной Гарри Поттера, так как учился в Школе чародейства и волшебства «Хогвартс», работал в Министерстве магии, владеет теми же заклинаниями, что и герои серии книг о Гарри Поттере. При этом герой помещен в иной хронотоп – Нью-Йорк начала XX века, – и попадает в ситуации, напрямую не связанные с сюжетной линией романов о Гарри Поттере. Таким образом, в рамках одной трансмедийной вселенной сосуществуют уже два обособленных элемента, живущие отдельной жизнью на различных медиаплатформах и расширяющие границы представлений реципиентов о выдуманном магическом мире. Подобная закономерность свойственна и другим трансмедийным проектам.

Динамическая природа трансмедийных проектов обусловливает их популярность у реципиентов в течение многих десятков лет, например, Британский трансмедийный продукт «Доктор Кто» удерживает аудиторию уже в течение 55 лет. Сам телевизионный сериал, на котором основывается

трансмедийное повествование, считается культовым, а юбилейная серия «День Доктора» (Day of the Doctor, 2013 год) транслировалась одновременно в кинотеатрах 94 стран мира [Booth 2013]. Это объясняется еще одним важным свойством трансмедийного повествования: его интерактивной природой. Реципиенты трансмедийного целого перестают быть пассивными наблюдателями, напротив, они активно вовлекаются в процесс создания трансмедийной вселенной, распространяя контент, воспроизводя его в собственных произведениях, созданных в рамках предложенной трансмедийной вселенной, обмениваясь мнениями и эмоциями на специальных виртуальных и реальных площадках.

В процессе распространения трансмедийного повествования фактор вовлечения целевой аудитории становится решающим. По мнению Р. Праттена, «в рамках трансмедийного повествования ввод новой медиаплатформы позволяет аудитории лучше понять сюжет, получить большее удовольствие и эмоционально привязаться к рассказываемой им истории. Для достижения этой цели воплощение сюжета на новой медиаплатформе должно быть самодостаточным, но удовольствие, которое аудитория получает от всего проекта, должно быть больше, чем простая сумма составляющих его частей» [Pratten 2011: 2]. Иными словами, все элементы повествования, распределенные между различными медиаплатформами, должны создавать целостное произведение, обеспечивая комплексность восприятия трансмедийного целого его реципиентом и получение эмоционально насыщенного культурного опыта. Подобную вовлеченность реципиента в процесс восприятия, распространения и даже создания трансмедийного контента Г. Дженкинс называет «трансмедийной навигацией» (transmedia navigation), которая «включает как процесс обработки новых типов историй и их основных идей, возникающих в результате конвергенции культуры, так и процесс выражения идей с использованием всех возможностей, предлагаемых новым медиапространством» [Jenkins 2009(a): 89].

Авторы, использующие принцип трансмедийности при создании своих произведений, предлагают реципиентам принять активное участие в акте сотворчества, приращения новых смыслов и идей, которые способствуют развитию повествования и его распространению на новых медиаплатформах. В этой связи исследователи трансмедийности говорят еще об одном важном свойстве трансмедиа – распространяемости (spreadability), противопоставляемом свойству липкости (stickieness) контента и позволяющем реципиенту не залипать на одной медиаплатформе, а свободно перемещаться между различными средами и распространять контент внутри отдельно взятой платформы и за ее пределами [Jenkins et al. 2013: 6]. Распространяемость трансмедийного повествования объясняется ключевым свойством трансмедиа: история, рассказанная в рамках трансмедийного целого, не повторяется на новой платформе, а расширяется, включая новые сюжеты, предлагая реципиентам новые способы взаимодействия с медиаконтентом. В этом отношении трансмедийность противопоставляется мультимедийности, которая подразумевает пассивное механическое переключение реципиента между медиаканалами для получения информации об интересующем его или ее фрагменте действительности. В случае трансмедийности реципиенты активно взаимодействуют с контентом, буквально занимаясь информационными «охотой и собирательством» [Jenkins 2010]. Это заставляет их перемещаться с одной медиаплатформы на другую, по крупицам добывать интересующую информацию, оценивать ее релевантность и сравнивать полученные результаты с результатами других реципиентов, то есть «искать, оценивать и интегрировать информацию, распределенную по нескольким медиаплатформам» [Там же].

Таким образом, говоря о трансмедийности, мы имеем в виду такой принцип организации медиаконтента, при котором повествование разворачивается на нескольких независимых медиаплатформах, объединенных общей вселенной, что в результате создаёт многомерное динамическое образование, обладающее свойствами интерактивности,

распространяемости и воспроизводимости. Медийные продукты, полученные в результате использования принципа трансмедийности, принято называть трансмедийными проектами.

1.3.4.2. Трансмедийный проект: основные свойства и характеристики

Две основных характеристики любого трансмедийного повествования – это его радикальная интертекстуальность, понимаемая как движение текстов и текстовых культур в пределах одной медиасреды, и мультимодальность, то есть совокупность различных способов репрезентации одного и того же персонажа, локации и т. п. средствами различных медиаплатформ [Jenkins 2011]. Общность элементов, отвечающую вышеуказанным требованиям, Г. Дженкинс называет трансмедийным проектом – медийным продуктом, в котором «связанные между собой элементы истории определенным образом распределены между разными медиаканалами с целью создания единого и управляемого культурного опыта. В идеале каждое медиа вносит собственный уникальный вклад в развитие истории» [Там же].

Н. И. Дворко формулирует три основных требования к трансмедийному проекту:

1. Формирование мира истории. По мнению автора, «трансмедийный проект должен состоять из трех или более сюжетных линий, относящихся к одному целостному вымышленному миру, особому тематическому универсуму. Нелинейность сюжета должна позволить зрителю/пользователю/геймеру выбрать свою точку входа в историю и тем самым обеспечить персонализацию нарративного опыта» [Дворко 2013: 244]. Таким образом, сочетание общности элементов вымышленной вселенной с персонализацией опыта, получаемого реципиентом, обусловливают комплексность формы трансмедийного проекта.

2. Медиа и платформы. Данное требование, которое было сформулировано ещё в работах Г. Дженкинса, подразумевает максимальную эффективность использования медиаплатформ, задействованных в проекте, когда «каждый медиум (sic!) должен обеспечивать расширение нарратива,

оптимизировать погружение в историю и предлагать аудитории новые способы участия в рассказе» [Там же]. Таким образом, правильный выбор медиаплатформы для распространения конкретного элемента трансмедийного проекта позволяет создать эффект полного погружения реципиентов в трансмедийное повествование и активизирует их творческий потенциал, как бы приглашая к акту сотворчества. Иными словами, «каждая из медиаплатформ имеет свои возможности, свои системы репрезентации (смыслов – прим. автора), свои стратегии организации знания. Участники нового медиапространства учатся ориентироваться и перемещаться в этих различных и, порой, конфликтующих между собой модусах репрезентации, а также делать обоснованный выбор относительно оптимальных способов выражения собственных идей в каждом отдельно взятом контексте» [Jenkins 2009 (a): 87].

3. Интерактивность и участие аудитории. Данное требование Н. И. Дворко называет самым главным, так как принцип интерактивности является основным фактором, отличающим трансмедийное повествование от медиакоммуникаций иных типов. Творческое участие реципиентов проекта должно учитывать специфику создаваемой вселенной проекта, целевой аудитории и используемой медиаплатформы. Вклад реципиента в развитие трансмедийного повествования может быть каким угодно: «активный пользователь может загрузить свой собственный контент о вашей истории на YouTube, сделать анонс об этом на Facebook (принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ – прим. автора) или написать о нем в своем блоге» [Дворко 2013: 245]. Главное условие – мотивировать реципиентов на распространение трансмедийной истории и при необходимости поворачивать развитие повествования в нужное русло.

Говоря об особенностях трансмедийного повествования, Г. Дженкинс выделяет в общей сложности 10 присущих ему свойств [Дженкинс 2009 (b)],

которые могут быть также экстраполированы и на понимание трансмедийного проекта:

1. Распространяемость (Spreadability) vs углубление (Drillability).

О распространяемости трансмедийного повествования, которая противопоставляется липкости, было сказано выше. Однако в случае трансмедийных проектов акцент делается не только на возможность реципиента свободно перемещаться с одной медиаплатформы на другую, но и делиться интересным трансмедийным контентом с другими людьми. Например, создатели трансмедийных проектов открывают соответствующие аккаунты в социальных сетях, где предлагают фанатам делиться своими мнениями относительно новых элементов трансмедийных проектов, выкладывать результаты собственного творчества (фанарт и фанфикшн), проводят опросы относительно тех изменений, которые планируется внести в трансмедийное повествование. В официальных аккаунтах трансмедийного проекта «Доктор Кто», которые ведут представители британской общенациональной общественной телерадиовещательной организации, регулярно публикуются посты, способствующие распространяемости проекта. Размещаются так называемые тизеры – короткие видеоклипы, представляющие нарезки из предстоящих серий или сезонов, цель которых – подогреть интерес аудитории к проекту. Поклонники сериала активно делятся данным контентом в своих аккаунтах, что способствует вирусному распространению таких роликов в Сети: тизер к первой серии нового сезона сериала, являющего основой данного проекта, размещенный в официальном аккаунте в одной из социальных сетей, всего за месяц собрал 543 тысячи просмотров, 26 тысяч лайков и 12 тысяч репостов. При вводе нового актера (вернее, актрисы Джоди Уиттакер, которая исполнила роль 13-го Доктора в очередном сезоне сериала) в официальных аккаунтах проекта было организовано специальное голосование, в ходе которого фанаты оценивали новый костюм культового персонажа. Такое взаимодействие с реципиентом подразумевает не пассивный просмотр сериала, прочтение книги или

получение традиционного игрового опыта, а создает ощущение причастности к развитию проекта, способствует его распространяемости.

Данное свойство противопоставляется углублению, под которым понимается возможность подробного изучения отдельного элемента трансмедийного проекта, «заставляющее зрителей копать глубже, изучать то, что находится под поверхностным слоем, чтобы понять всю комплексность истории и способа, которым ее рассказывают» [Mittel 2009]. Данное свойство трансмедийного проекта позволяет реципиентам, являющимся наиболее преданными поклонниками проекта (Д. Миттел называет их forensic fandom – фанатами-экспертами), глубже проникать в саму суть трансмедийной истории и вымышленного мира, в буквальном смысле в толщу трансмедийного повествования. Формируя фандомы – фанатские сообщества, посвященные тому или иному трансмедийному проекту, – создатели трансмедийных проектов провоцируют реципиентов на постоянное погружение в проект, привлекая их к участию в акте сотворчества, о котором будет идти речь ниже.

2. Целостность (Continuity) vs многовариантность (Multiplicity).

Говоря о целостности и многовариантности трансмедийного повествования, Г. Дженкинс обращает особое внимание на то, что данные свойства трансмедийного повествования обусловливают наличие непротиворечивых связей внутри трансмедийного проекта, которые обеспечивают ощущение достоверности повествования и правдоподобности существования вымышленных миров и вселенных. Реципиенты трансмедийного проекта, представленного на отдельных медиаплатформах, собирают трансмедийное целое по частям, словно головоломку. В такой головоломке исключительно важно, чтобы отдельные части идеально подходили друг к другу. Так, в трансмедийном проекте телекомпании BBC «Шерлок» трансмедийное повествование распределено по нескольким медиаплатформам, которые, перекликаясь между собой, образуют единое целое и способствуют углублению реципиентов в толщу трансмедийного

повествования. Например, в интернет-блоге доктора Ватсона The Personal Blog of Dr. John H. Watson описываются преступления, которые Джон Ватсон расследовал вместе с Шерлоком Холмсом и которые не нашли своего отражения на другой медиаплатформе, то есть в телесериале. В первой серии второго сезона Шерлок выясняет, что Джон ведет свой блог, и читает названия отдельных записок: *«The Geek Interpreter»* – *«Шизанутый переводчик»*, *«The Speckled Blond»* – *«Пестрая блондинка»*. Далее в сериале речь об этих делах не идет, но они подробно описаны в блоге. Интересно, что комментаторами блога выступают герои сериала: Миссис Хадсон, Шерлок, Майк Стэмфорд, Мэри Морстан и другие, что создает иллюзию правдоподобия выдуманного мира трансмедийного проекта, а наименования дел, описанных в блоге, перекликаются с названиями рассказов А. Конан Дойла.

Целостность трансмедийного повествования противопоставляется его многовариантности, то есть возможности развития трансмедийного проекта с созданием отдельных параллельных или альтернативных вселенных, которые в итоге образуют новый трансмедийный проект. Примером реализации свойства многовариантности может служить параллельное развитие двух трансмедийных проектов, имеющих общее происхождение: вселенную комиксов Marvel. Это история человека-паука, которая, будучи помещена на новую культурную почву, в Индию, в процессе транскультурации превратилась в историю про индийского человека-паука. Параллельность указанных проектов обеспечивается их свойствами целостности: героем традиционной вселенной является американский студент Питер Паркер, который живет со своей тетей Мэй и, превращаясь в человека-паука, спасает жителей Нью-Йорка от организованной преступности. В альтернативной вселенной главный герой – индийский юноша Павитр Прабхакар, который живет со своей тетей Майей и спасает жителей Мумбаи. Многовариантность данного трансмедийного проекта отразилась и в его полимодальной составляющей: даже знаменитый костюм человека-паука претерпел

изменения. Герой традиционной трансмедийной вселенной Marvel одет в сине-красное гимнастическое трико, а герой индийской альтернативной вселенной носит саронг и джутти (восточные туфли с загнутыми носами).

3. Погружение (Immersion) vs Извлекаемость (Extractability).

Несмотря на то, что Г. Дженкинс противопоставляет погружение извлекаемости, эти два концепта тесно связаны между собой. Эти свойства трансмедийного повествования можно назвать вторичными по отношению к трансмедийному проекту, так как они связаны с физическим воплощением трансмедийных вселенных в форме тематических парков, сувенирной продукции, игрушек и т. п. Тематические парки, такие как «Волшебный мир Гарри Поттера» (Wizarding World of Harry Potter™) в Орландо, США; «Доктор Кто: временной разлом» (Doctor Who: Time Fracture) в Лондоне, Великобритания и многие другие воссоздают вымышленную реальность и позволяют погрузиться в мир любимого трансмедийного проекта. Основными чертами таких парков является их аутентичность и обеспечение получения яркого эмоционального опыта [Pikkemaat, Schuckert 2007: 198–199] за счет создания эффекта реальности вымышленного мира. Под извлекаемостью подразумевается возможность приобрести элемент трансмедийного проекта в виде игрушечного воплощения персонажа, значимого артефакта, костюма персонажа, в котором в дальнейшем можно осуществлять косплей, то есть перевоплощаться в любимого героя трансмедийного проекта. Дихотомия погружение – извлекаемость напрямую связана с полимодальной природой трансмедийного проекта, так как обеспечивает третий канал получения информации – тактильно-кинестетический.

4. Создание мира проекта (Worldbuilding).

Данное свойство трансмедийного повествования является ключевым в создании трансмедийных проектов, так как подразумевает формирование взаимосвязанных миров, которые связывают воедино сюжеты, размещенные на различных медиаплатформах. Созданные трансмедийные миры обладают

всеми свойствами реального мира: имеют собственный хронотоп, топографию и топонимику; героев, вступающих друг с другом в различные политические, финансовые, социальные и личные отношения; собственные языки, историю, культуру и т. п. Создание мира трансмедийного проекта, своеобразной трансмедийной вселенной, тесно связано с понятиями погружения и извлекаемости, так как альтернативная вселенная начинает восприниматься как реальное пространство, в которое реципиенты трансмедийного проекта погружаются все глубже, переходя с одной трансмедийной платформы на другую. Примером таких миров может служить уже упомянутая вселенная Гарри Поттера, которая имеет не только собственную внутреннюю логику построения мира, но и элементы реального воплощения: Косой переулок в тематическом парке «Волшебный мира Гарри Поттера», платформу $9^{3/4}$ на лондонском вокзале Кингс-Кросс, магазин волшебных предметов и снадобий в Эдинбурге и т. д.

Говоря о структуре трансмедийных вселенных, Н. Ф. Пономарев выделяет в ней содержательное (энциклопедическое) ядро и три взаимосвязанных домена. Структуру содержательного ядра составляют следующие элементы: «“миф” (предыстория всех предысторий как базовые культурные знания для интерпретации событий и участия в событиях), “топос” (базовые знания о ситуации и географии для ориентации в интеракциях и прогнозирования реакций), “этос” (социальные ценности и нормативные поведенческие паттерны)» [Пономарев 2019: 137]. К доменам трансмедийной вселенной автор относит «“канон” (контролируемая медиапродюсером оригинальная версия трансмедийной вселенной из авторизованных медиапродуктов); “апокриф” (расширенная авторизованная версия оригинальной вселенной, включая побочные продукты, альтернативные и второстепенные истории); “фанон” (неавторизованная фанатская интерпретация оригинальной вселенной, создаваемая активными медиаюзерами в таких форматах, как фанфикшн, фанкино, косплей, флешмоб)» [Там же]. Сохранение константы содержательного ядра при

переносе трансмедийной вселенной на новую медиаплатформу или в новую лингвокультуру является залогом успеха всего трансмедийного проекта, тогда как внимательное отношение к доменам проекта обеспечивает более эффективную распространяемость и погружение.

5. Сериальность (Seriality).

Свою эффективность принцип сериальности доказал задолго до появления трансмедийных проектов. Еще в XIX веке издатели литературных журналов предпочитали применять принцип сериальности, публикуя произведения литературы того времени, ставшие сейчас классикой, отдельными порциями. Это подогревало интерес читателей и обеспечивало журналам стабильные продажи. К примеру, на протяжении 1865–1869 годов в журнале «Русский вестник» печатался роман Л. Н. Толстого «Война и мир». Несмотря на то, что автор сдал всю первую мирную часть романа до начала публикации и просил выпустить ее сразу, издатель Михаил Катков отказал ему, чтобы подогреть интригу и самостоятельно регулировать процесс чтения романа реципиентами [Трофимова 2016]. Таким образом, повествование, разбитое на отдельные истории и растянутое во времени, позволяет формировать отдельные сюжетные арки и удерживать внимание реципиентов посредством создания предпосылок для дальнейшего развития сюжетов.

В трансмедийном проекте принцип сериальности заключается в том, что отдельные истории распространяются не только во времени, но и по отдельным медиаплатформам, что побуждает реципиента искать продолжения полюбившейся истории и получать новый когнитивный опыт. Хорошим примером является трансмедийный проект «Ведьмак», который представляет собой сериал в кубе: каноном проекта стала серия романов А. Сапковского (8 книг), по мотивам которых создан цикл ролевых компьютерных игр (7 игр), а затем снят сериал (на настоящий момент 3 сезона). Несмотря на то, что на каждой из медиаплатформ (книга, игра, сериал) повествование развивается последовательно, все элементы проекта

имеют единый хронотоп, постоянных героев и вселенную. Важно то, что точкой входа в проект может стать любая из перечисленных медиаплатформ. И то, насколько успешным будет читательский/игровой/зрительский опыт каждого отдельного реципиента, предопределит дальнейшую судьбу трансмедийного проекта для каждого отдельного реципиента.

6. Многоракурсность (Subjectivity)

Под многоракурсностью Г. Дженкинс понимает возможности развития трансмедийного проекта не только по линии главных персонажей, но и потенциал использования сюжетных арок персонажей второго плана для создания новых элементов трансмедийного целого. Концепция единой вселенной трансмедийного проекта открывает перед его создателями широкие перспективы использования всех элементов данной вселенной, что позволяет переключать внимание реципиентов с одних элементов на другие. Создаются спин-оффы трансмедийных проектов – побочные проекты, концентрирующиеся на тех элементах, которые в основном проекте играли второстепенную роль. Существует четыре вида спин-оффов: сиквел (события происходят после окончания основной истории), приквел (события происходят до начала основной истории), интерквел (события вклиниваются между событиями основной истории) и мидквел (события происходят параллельно с основным повествованием). Спин-офф, независимо от хронотопа, предлагает взгляд на уже привычный сюжет с нового ракурса, через призму восприятия второстепенных героев, что вызвано желанием реципиента узнать о продолжении истории или понять историческую подоплеку событий, происходящих в основном трансмедийном повествовании. Примеры удачных спин-оффов уже были приведены выше, отметим лишь, что свойство многоракурсности позволяет реципиентам глубже проникнуть во вселенную проекта, максимально прочувствовать реальность персонажей и получить когнитивное удовлетворение от распознавания отсылок к событиям и персонажам основного трансмедийного повествования.

7. Сотворчество (Performance).

Выше уже шла речь о фаноне как об интегральном домене трансмедийного проекта. Такого рода проект представляет собой своеобразный «культурный аттрактор» (термин Г. Дженкинса), который способствует образованию групп людей, разделяющих общие интересы – любовь к конкретной трансмедийной истории и ее персонажам. В результате создаются фанатские сообщества отдельных проектов (Thronies – фанатское сообщество сериала «Игра престолов», Whovians – фанатское сообщество сериала «Доктор Кто» и т. д.), участники которых пишут собственные сценарии в продолжение полюбившихся историй, создают произведения искусства с любимыми героями, собирают конвенты, посвященные соответствующим трансмедийным проектам. Истоки фансабинга и фандабинга также лежат в фанатских сообществах. Фанаты являются экспертами в вопросах, связанных со спецификой содержательного ядра трансмедийной вселенной и канона, поэтому довольно часто фанатские переводы отличаются большей фактологической точностью, чем переводы официальных студий локализации.

Анализ работ, посвященных исследованию сущности явления трансмедийности, позволяет выделить три ключевые характеристики трансмедийного проекта, которые выделяют его в ряду других медийных продуктов:

1) трансмедийный проект представляет собой полимодальное повествование, которое последовательно или одновременно разворачивается на различных медиаплатформах;

2) распространение проекта на новую платформу предусматривает обязательную трансформацию исходного материала и приращение новых идей и смыслов, состоящих между собой в особых динамических отношениях, что позволяет создателям проекта привлекать внимание новых целевых аудиторий;

3) каждый трансмедийный проект создает собственную вселенную, которая включает различные сюжетные линии, характеризующиеся единством персонажей, топографических объектов, артефактов и т. п., которые составляют канон – информационную художественную константу трансмедийного проекта, и способствуют созданию у реципиентов ощущения погруженности в повествование;

4) трансмедийный проект сосуществует в тесной связи с его реципиентами, которые не просто получают новый культурный и эмоциональный опыт, а активно участвуют в создании и распространении проекта.

Таким образом, любой трансмедийный проект включает три основные доминанты, которые определяют стратегии развития проекта: историю, медиаплатформу и аудиторию. История, представляющая собой основу трансмедийного целого, находящаяся в центре проекта и развивающаяся от одной медиаплатформы к другой, реализуется посредством различных модусов восприятия, что обусловливает применение АВП в процессе создания управляемого культурного и эмоционального опыта у реципиентов проекта, которые представляют лингвокультуру, отличную от лингвокультуры реципиентов оригинального трансмедийного проекта.

1.3.4.3. Перевод трансмедийного проекта как интегративный вид АВП

С лингвистической точки зрения *трансмедийный проект* можно рассматривать *как совокупность полимодальных текстов, функционирующих на различных медиаплатформах и состоящих друг с другом в постоянной динамической связи*. Полимодальная природа трансмедийного повествования определяет его принципиальное отличие от повествования в традиционном его понимании как функционально-смыслового типа речи, предназначенного для «изображения последовательного ряда событий или перехода предмета из одного состояния в другое» [Стилистический энциклопедический словарь русского языка 2011: 288]. Перемещение повествования с одной медиаплатформы на другую буквально ломает линейность ряда

последовательных событий. На различных платформах трансмедийное повествование может развиваться как последовательно, так и в различных хронотопах, что обеспечивает комплексность и многоаспектность восприятия и интерпретации трансмедийного проекта его реципиентом. Использование разных семиотических модусов в разных сочетаниях также позволяет изображать одно и то же событие в различных ракурсах и акцентировать ход событий и развитие сюжета посредством использования различных каналов передачи информации. Создатели трансмедийных проектов подключают максимальное количество модусов – вербальных, аудиальных, визуальных, сенсорных и т. п., чтобы обеспечить целостное восприятие контента его реципиентом, внести элемент новизны, а также удержать лояльных реципиентов и привлечь новые целевые аудитории. Таким образом, полимодальность трансмедийных проектов обеспечивает возможность не только получения и осмысления разнообразного культурного опыта, что обусловливается внедрением в ткань проекта различных модусов, но и генерирования собственных идей и реализацию своего творческого потенциала, что способствует дальнейшему продвижению трансмедийного проекта.

Распространяемость и углубление трансмедийного проекта зависят от успешной локализации его элементов в принимающей культуре. При локализации такого проекта важно учитывать единство вселенной проекта, его сериальность, целостность и многовариантность. Как упоминалось выше, каждой из историй трансмедийного проекта можно наслаждаться отдельно, но у каждой из них должно быть достаточно общих концептуальных крючков, чтобы все элементы проекта имели общий смысл и сочетались друг с другом в соответствии с общими правилами вселенной проекта. Для обеспечения целостности восприятия трансмедийного проекта переводчикам важно принимать во внимание не только контекст текущего материала, подвергаемого переводу, но и другие элементы проекта, которые активно используются создателями для распространения проекта и привлечения

новых реципиентов. Так, Интернет и социальные сети используются для вовлечения зрителей в сюжетные арки еще до выхода фильма, создавая ощущение включенности в нечто большее, чем оригинальная история. Фанаты проекта могут опробовать новые типы участия в жизни и развитии трансмедийного проекта, собирая воедино обрывки более крупного повествования посредством изучения веб-сайтов, интервью и пресс-релизов. Каждая медиаплатформа позволяет создавать отдельный тип историй и может предложить новое измерение базового сюжет трансмедийного проекта.

Необходимо отметить, что обилие медиаплатформ, вовлеченных в реализацию трансмедийного проекта, и разнообразие контента, транслируемого посредством этих платформ на языке оригинального проекта, существенно сужает возможности участия реципиентов, являющихся представителями лингвокультуры языка перевода, в развитии трансмедийного повествования. Локализовать все элементы крупного трансмедийного проекта не представляется возможным, поэтому довольно часто производится локализация отдельных, наиболее зрелищных элементов проекта: аудиовизуального контента, компьютерных игр, книг и комиксов. Именно по этой причине Ф. Чауме устанавливает тесную связь между переводом трансмедийных проектов и АВП [Chaume 2018: 98]. Чтобы понять, возможно ли причислить перевод трансмедийных проектов к одному из видов АВП, экстраполируем полученное представление о трансмедийном проекте на предложенное выше определение АВП.

Полимодальность, как говорилось в этом разделе, – это именно то свойство трансмедийного проекта, которое обусловливает его непосредственное отношение к АВП; отличительная особенность последнего как раз состоит в работе с полимодальными текстами. Разнообразие форматов и жанров репрезентации элементов трансмедийного проекта на различных медиаплатформах подразумевает необходимость не только перевода, но и локализации проекта, в рамках которой важно учитывать

технологические и функциональные возможности отдельно взятой медиаплатформы. Учет контекста трансмедийного проекта является ключевым требованием к его успешной локализации и сохранению его целостности, многовариантности и распространяемости. Основным получателем трансмедийного проекта выступает его реципиент, поэтому важно учитывать особенности принимающей культуры и специфику восприятия контента, чтобы обеспечить реализацию идеи сотворчества.

Таким образом, перевод трансмедийных проектов полностью соответствует современному пониманию АВП. Однако, учитывая специфику локализации каждого отдельного элемента трансмедийного проекта, которая может подключать различные виды АВП (субтитрирование, дублирование, закадровый перевод и т. п.), предлагается вынести перевод трансмедийных проектов за рамки привычной классификации и рассматривать его отдельно в качестве интегративного вида АВП.

Выводы по главе 1

1. Аудиовизуальный текст следует рассматривать не как исключительно вербальный конструкт, сопровождаемый невербальными аудиальными и визуальными знаками в качестве вспомогательного ресурса, а как семиотически гетерогенное сложноорганизованное полисемиотическое единство.

2. В различные периоды развития семиотики кино в качестве минимальных семиотических элементов знаковой системы аудиовизуального языка (киноязыка) рассматривались кадр (Л. Кулешов), кинематографические приемы (Ю. Н. Тынянов), монтаж (С. М. Эйзенштейн), кинознак (Р. Барт), монемы, фигуры и кинеморфы (У. Эко), вербальные и иконические знаки (Ю. М. Лотман). Существование аудиовизуального языка обусловливает и существование аудиовизуального текста – специфической последовательности знаковых единиц, характеризующейся семиотической неоднородностью и использованием аудиальных и визуальных знаков с целью конституирования знакоткани текста и обеспечения восприятия такого текста конечным реципиентом. С точки зрения лингвистического подхода основной конституирующей единицей такого текста является кинодиалог – вербальный компонент, идентифицирующий диегезис фильма и закрепляющий значения за отдельными визуальными образами. Гораздо более перспективным в данной связи представляется комплексный подход к рассмотрению аудиовизуального текста, в рамках которого учитываются в равной степени и вербальные, и невербальные его элементы, а основным инструментом оказания коммуникативного эффекта на реципиента является звукозрительный образ.

3. Существуют принципиальные различия между поликодовыми и полимодальными текстами: первые образованы путем взаимодействия и взаимопроникновения различных семиотических систем, но воспринимаются исключительно посредством включения одной перцептивной модальности;

вторые, являясь синкретическими семиотически гетерогенными единствами, воспринимаются посредством двух или более перцептивных модальностей.

4. Значения в полимодальных аудиовизуальных текстах могут порождаться, упаковываться, транслироваться, восприниматься и интерпретироваться посредством различных семиотических модусов – семиотических ресурсов, позволяющих одномоментно порождать соответствующие значения и актуализируемых посредством различных перцептивных каналов. Модусы рассматриваются не как ограничения, осложняющие непосредственную работу переводчика с аудиовизуальным текстом, а как коммуникативные элементы текста, образующие сложное семиотическое единство и оказывающие на реципиента комплексный коммуникативный эффект.

5. Основными перцептивными каналами, посредством которых происходит восприятие аудиовизуального текста, являются не только базовые визуальный и аудиальный каналы, но и периферические перцептивные каналы: ольфакторный и кинестетический. Ключевыми модусами, актуализируемыми данными перцептивными каналами, выступают изображение, звук, запах, тактильные ощущения и речь, которая в случае перевода становится универсальным ключевым модусом, участвующим в передаче информации. Таким образом, аудиовизуальный текст становится семиотически осложненным за счет комплексного использования нескольких семиотических модусов и субмодусов, в различных комбинациях участвующих в процессе порождения значения, что обусловливает важность формулирования особого подхода к переводу таких текстов.

6. За всю историю киноискусства аудиовизуальный перевод постепенно трансформировался из дословного перевода интертитров в высокотехнологический процесс декодирования и передачи вербального и невербального компонентов полимодального единства аудиовизуального произведения средствами языка перевода, благодаря которому создается

новый вербальный компонент этого единства, пригодный для дальнейшей обработки с учетом общего контекста произведения, особенностей принимающей культуры, особенностей потребления контента его реципиентами, функциональных и нормативных требований, предъявляемых в рамках отдельного вида перевода.

7. Аудиовизуальный перевод тесно связан с понятием локализации, являющимся по отношению к понятию аудиовизуального перевода гиперонимом. Под локализацией подразумевается весь процесс работы с аудиовизуальным текстом на языке оригинала и языке перевода, который включает подготовительный, переводческий и технологический этапы. Указанные этапы могут накладываться друг на друга, проходить синхронно или асинхронно, а изменения, вносимые на каждом отдельном этапе, могут инициировать внесение изменений на предыдущих этапах. В результате аудиовизуальное произведение, которое доходит до потребителя, представляет собой итоговую локализацию исходного контента, в рамках которой перевод – это один из этапов процесса локализации.

8. Все виды аудиовизуального перевода могут быть разделены на две большие группы: перевод, выполняемый синхронно с показом аудиовизуального произведения, и перевод, выполняемый асинхронно и затем инкорпорируемый в видео- или аудиоряд в рамках отдельных технологических процессов. Внутри данных групп виды аудиовизуального перевода разделяются по видам предъявления реципиенту: перевод, предъявляемый в устной форме, и перевод, предъявляемый в письменной форме. К синхронным устным видам аудиовизуального перевода относится синхронный и последовательный аудиовизуальный перевод и «горячий» тифлокомментарий (аудиодескрипция). К синхронным письменным видам аудиовизуального перевода относится «живое» субтитрирование. К асинхронным видам аудиовизуального перевода, прдъявляемым в письменной форме, относятся субтирирование, суртитрирование и субтитры для глухих и слабослышащих зрителей, а также подготовка диалоговых и

монтажных листов. К асинхронным видам аудиовизуального перевода, предъявляемым в устной форме, относятся разные виды дублирования и закадрового озвучивания, а также подготовленный тифлокомментарий (аудиодескрипция).

9. Комплексным интегративным видом аудиовизуального перевода является перевод трансмедийных проектов, в которых полимодальное повествование, объединенное общей вселенной, параллельно или последовательно разворачивается на нескольких независимых медиаплатформах, что в результате создает многомерное динамическое образование, обладающее свойствами интерактивности, распространяемости и воспроизводимости. Локализовать все элементы крупного трансмедийного проекта для иноязычных аудиторий не представляется возможным, поэтому переводчик осуществляет работу с отдельными, наиболее зрелищными элементами проекта, что требует особого подхода к переводу такого рода аудиовизуальных материалов.

ГЛАВА 2. КОММУНИКАТИВНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА

2.1. Сущность и исторические предпосылки становления коммуникативно-функционального подхода к исследованию перевода

Перевод традиционно считается основным средством общения между представителями различных языков и культур, так как его функция – помочь достижению целей межъязыковой и межкультурной коммуникации. Еще в Древнем Египте перевод выполнял информационно-коммуникативные задачи, что следует из исторических артефактов и памятников, дошедших до наших дней [Нелюбин, Хухуни 2008: 19]. В. В. Сдобников справедливо называет предтечей коммуникативно-функционального подхода к переводу переводческие принципы Цицерона и святого Иеронима Стридонского, которые указывали на важность передачи смысла оригинала, а не его слов [Сдобников 2015: 10]. Подобного подхода к переводу священных текстов придерживался немецкий богослов-переводчик, инициатор Реформации М. Лютер, который также ориентировался не на догмы, предписанные «ослами-папистами», а на ожидания целевой аудитории перевода, ставя на первое место смысл, а не букву. По мнению М. Лютера, переводить необходимо так, «чтобы получилась подлинная, ясная немецкая речь, потому как нет нужды спрашивать у букв латинских, как по-немецки говорить надлежит, как эти ослы делают, а спрашивать о том у матери в доме, у детей на улице, у простого человека на рынке надобно, и примечать, что у них с уст слетает, да в согласии с этим и переводить, тогда и они поймут да заметят, что с ними по-немецки говорят» [Ромашко 2018: 201].

Уже в середине XX века подобного рода идеи были переработаны и сформулированы в рамках теории речевых актов, в которой подчеркивалась функционально-коммуникативная природа языка. Данная теория в какой-то степени основывается на мысли Ф. де Соссюра о разграничении языка как системы, то есть структурного образования, и речи как непосредственной

реализации языка в ходе речевой коммуникации. В переводоведении на ранних этапах его развития также существовали два подхода к изучению переводческой деятельности. В рамках структуралистского, подхода единицей перевода считались элементы наиболее мелких рангов языковой системы: фонема, морфема, словосочетание, предложение. Особое внимание при этом обращалось на нормативные аспекты перевода, в то время как речевая реализация языка, с учетом лингвистических и экстралингвистических факторов межъязыковой коммуникации, игнорировалась. В рамках коммуникативного подхода, переводоведы, постулировавшие коммуникативную природу переводческого процесса и сконцентрировавшие свое внимание на специфике перевода отдельных коммуникативных ситуаций, продолжили свои исследования в русле лингвистики текста и теории коммуникации.

Речевой акт рассматривается через призму коммуникативной ситуации, в которой участвуют два актанта: *адресант* и *адресат*, а интегральным условием для осуществления коммуникации является наличие *контекста*, который позволяет сообщению выполнять свои функции, семиотического *кода* и физического *канала*, обусловливающего возможность устанавливать и поддерживать коммуникацию [Якобсон 1975: 198]. В дальнейшем к основным элементам коммуникативной ситуации также были причислены цель и результат коммуникации. В результате речевые акты, по Д. Остину и Д. Серлю, традиционно рассматриваются как речевые высказывания, «которые говорящие создают на основании общественных ожиданий, привычек, условностей как действия или аналог действий и которые воспринимаются слушателями как таковые» [Прунч 215: 135]. Эта действенная природа высказывания обусловливает необходимость принимать во внимание не только содержание речевого акта (локутивный речевой акт), но и интенцию говорящего (иллокутивный речевой акт), а также результат воздействия высказывания на реципиента, то есть его коммуникативный эффект, оказываемый на получателя сообщения

(перлокутивный речевой акт). Таким образом, речевой акт невозможно осуществить при помощи только слов, «необходимо, чтобы *обстоятельства*, в которых произносятся нужные слова, так или иначе *соответствовали* им, а во многих ситуациях необходимо также, чтобы сам говорящий или другие лица осуществляли к тому же некоторые *другие* “физические” или “умственные” действия или даже произносили еще какие-нибудь слова» [Остин 1986: 28]. Иными словами, для успешной реализации коммуникативного акта необходимо учитывать специфику той коммуникативной ситуации, в которой он осуществляется.

Указанные форматы речевых актов могут сочетаться в рамках одной коммуникативной ситуации, а иллокуции – выполнять различные функции, обусловленные целью коммуникации. Д. Серль делает важное замечание, что число действий, совершаемых при помощи языка, конечно: «мы сообщаем другим, каково положение вещей; мы пытаемся заставить других совершить нечто; мы выражаем свои чувства и отношения; наконец, мы с помощью высказываний вносим изменения в существующий мир» [Серль 1986: 194]. Благодаря этой концепции появляется возможность составления таксономии коммуникативных ситуаций по различным основаниям, что позволяет осуществить интерпретацию смыслов, вложенных в отдельный коммуникативный акт, в соответствии с параметрами отдельно взятого типа коммуникативной ситуации, а залогом понимания иллокутивной силы высказывания, то есть прагматического компонента коммуникативной ситуации, станут ответы на вопросы: «как сказанное задумывалось говорящим, или как произнесенные слова были использованы, или как высказывание было воспринято, или как его следовало воспринимать?» [Стросон 1986: 131]. Таким образом, интенция адресанта, цель и результат коммуникации, включая реакцию адресата, становятся базисом для изучения механизмов использования языка в процессах социальной коммуникации.

Примерно в то же время о важности целеполагания, но уже в коммуникативной ситуации перевода, писал Дж. Касагранде, согласно

которому специфика переводимого материала и цель перевода могут существенно повлиять как на процесс, так и на результат перевода. Более того, определяющими в ходе формулирования цели перевода могут даже стать специфика переводимого материала [Casagrande 1954: 335] и сам факт принадлежности адресанта и адресата перевода к различным культурам [Там же. С. 338]. Несмотря на наличие такого рода лингвокультурного барьера, в процессе перевода существует объективная возможность выразить намерения говорящего на одном языке таким образом, чтобы они были поняты и соответствующим образом восприняты получателем сообщения на языке перевода. Таким образом, когда важность сообщения для адресата на языке перевода совпадает с намерениями адресанта, то есть результат коммуникации совпадает с заложенной в нее целью, между текстами оригинала и перевода устанавливаются отношения функциональной эквивалентности [Там же. С. 339], то есть реализуются иллокутивная и перлокутивная составляющие коммуникативного переводческого акта.

Воззрения Дж. Касагранде можно с уверенностью назвать предвестником более популярной среди исследователей теории динамической и функциональной эквивалентности Ю. Найды, которая оказала непосредственное влияние на формирование функционально-коммуникативного подхода к исследованию перевода. Основной вопрос, который рекомендует задать Ю. Найда, чтобы оценить качество перевода: а для кого этот перевод выполнялся? Таким образом, теория динамической эквивалентности подразумевает наличие нескольких одинаково верных переводов в зависимости от специфики целевой аудитории. Динамическая эквивалентность определяется степенью соответствия реакции получателя перевода реакции, которую вызывает текст оригинала у носителя языка оригинала. Эти реакции никогда не будут абсолютно равными, так как реципиенты текста оригинала и текста перевода находятся в разных экстралингвистических условиях, однако эти реакции должны быть максимально эквивалентны, иначе достичь конечной цели процесса перевода

будет невозможно [Nida, Taber 2003: 24]. Таким образом, авторы теории динамической эквивалентности признают тот факт, что невозможно достичь идеальной ситуации динамической эквивалентности в процессе межъязыковой коммуникации, ибо, как справедливо отмечает В. В. Сдобников, «и в одноязычной коммуникации реакции разных получателей одного и того же текста могут быть различны» [Сдобников 2015: 13]. При этом вопросы целеполагания и учета реакции реципиентов перевода как гарантии качества перевода сближают идеи Ю. Найды с современным пониманием коммуникативно-функционального подхода к переводу.

С точки зрения Ю. Найды, основными факторами, обусловливающими коммуникативную ситуацию перевода, выступают само сообщение, целевая аудитория, ситуация, в которой непосредственно происходит коммуникативный акт с использованием перевода, и обстоятельства, в которых происходит получение переведенного сообщения [Nida 1979: 101]. Он подчеркивает, что целевые аудитории можно классифицировать в соответствии с различными основаниями: возраст, уровень образования, читательский опыт, особые когнитивные потребности (слабослышащие или реципиенты с ментальными расстройствами). Соответственно, ожидания реципиентов относительно качества и формы перевода будут разниться. Важным также представляется особое внимание автора к экстралингвистическим факторам, влияющим на процесс осуществления перевода (профессиональная ситуация, в которой находится переводчик) и на процесс его восприятия (громкость голоса читающего перевод, музыкальное сопровождение и т. п.). Таким образом, переводчик не должен быть вырван из непосредственной ситуации перевода, а обязан согласовывать свои профессиональные действия с указанными выше факторами. В результате исходный дискурс должен рассматриваться как речевой коммуникативный акт, для осуществления которого необходимо дать четкий ответ на уже упомянутые вопросы: кто и что сказал, кому сказал, при каких

обстоятельствах, по какой причине и с какой целью [Там же. С. 104]. Соответственно, для достижения максимальной естественной функциональной эквивалентности необходимо рассматривать текст оригинала в рамках коммуникативной ситуации перевода и сообразовывать переводческие решения с конкретными параметрами такой коммуникативной ситуации.

Необходимо отметить, что даже сторонники сугубо нормативного подхода к переводческой деятельности учитывали коммуникативный характер ситуации перевода. Так, П. Ньюмарк, говоря о различных подходах к изучению переводческой деятельности, выделяет два основных метода перевода: коммуникативный и семантический перевод. Под коммуникативным он понимает перевод, заключающийся «в попытке произвести на читателя воздействие, максимально соответствующее воздействию, которое оказывает на читателя оригинал» [Newmark 1981: 39]. Семантический перевод «пытается максимально, насколько позволяют семантические и синтаксические структуры оригинала, передать точное контекстуальное значение оригинала» [Там же].

Интересно, что эти два метода, с одной стороны, противопоставляются друг другу. Так, при семантическом переводе переводчик остается в рамках культуры оригинала, в то время как при коммуникативном переводе производится перенос элементов культуры языка оригинала в принимающую культуру (адаптация). Фокус внимания при семантическом переводе направлен на самого переводчика и его мыслительные процессы, в то время как при коммуникативном переводе внимание сфокусировано на реципиентах перевода и специфике их лингвокультуры. При семантическом переводе переводчик лоялен автору оригинала, поэтому сохраняет все особенности оригинального текста, относящиеся, среди прочего к хронотопу, в котором творил автор оригинала. Таким образом, семантический перевод становится несколько неуклюжим, его отличает высокое внимание к деталям и употребление сложных синтаксических конструкций. Поэтому такой вид

перевода больше всего подходит, по мнению П. Ньюмарка, для перевода серьезной литературы, речей политиков, автобиографий и т. п. Коммуникативный перевод допускает улучшение текста оригинала, добавления с целью пояснения, перифразы. Основная задача переводчика при коммуникативном переводе – соблюсти нормы языка перевода, иногда в ущерб семантической структуре оригинала. В связи с этим, коммуникативный перевод становится проще, более гладким, более соответствующим ожиданиям реципиентов и подходит для популярной литературы, технических, публицистических и прочих текстов.

С другой стороны, П. Ньюмарк допускает, что коммуникативный и семантический перевод могут пересекаться в тех случаях, когда текст оригинала нацелен на передачу максимально общего сообщения, в котором сообщаются факты, хорошо известные как реципиентам – носителям языка оригинала, так и реципиентам – носителям языка перевода. Допускается даже ситуация, когда при переводе одного и того же предложения часть его может быть подвергнута коммуникативному переводу, а часть – семантическому [Newmark 1981: 40]. Тем не менее в итоге П. Ньюмарк определяет семантический перевод как лингвистический и энциклопедический, а коммуникативный перевод описывает как перевод, обладающий исключительной функциональностью, что позволяет назвать семантический перевод искусством, а коммуникативный – ремеслом [Там же. С. 53].

П. Ньюмарк не согласен с тезисом, что любой перевод должен быть нацелен на удовлетворение ожиданий реципиента на языке перевода. Однако для нас важно понимать, что даже строгая прескриптивная парадигма предполагает равноправие семантического и коммуникативного перевода, а ключевым свойством коммуникативного перевода признается его функциональная природа, что в какой-то мере роднит понимание коммуникативного перевода с функциональной парадигмой его исследования.

Для выявления закономерностей процесса и результата перевода к моделям коммуникации обращались также последователи прескриптивной системно-сопоставительной концепции изучения перевода. Наибольших успехов в данной области достигли исследователи так называемой Лейпцигской школы, которые в поисках оптимальной типологии эквивалентности изучали вопросы коммуникативной природы переводческого акта. Например, О. Каде понимал перевод как процесс двуязычной коммуникации, в котором отправитель передает получателю сообщение через промежуточное звено – переводчика. В первой фазе происходит процесс коммуникации между отправителем и переводчиком, который выступает в качестве промежуточного получателя перевода. Во второй фазе переводчик перекодирует сообщение на языке оригинала средствами языка перевода. В третьей фазе переводчик вступает в коммуникацию с получателем сообщения в качестве вторичного отправителя [Прунч 2015: 51]. Подобное понимание коммуникативной ситуации перевода представляется довольно идеалистичным, так как не учитывает ни условия осуществления коммуникативного акта, ни специфику восприятия сообщения различными получателями. Однако в более поздних работах О. Каде указывает на необходимость при анализе коммуникативной ситуации перевода учитывать цель коммуникации, предмет коммуникации, специфику отправителя и получателя сообщения, средства коммуникации и условия передачи информации [Комиссаров 1999: 68]. В итоге тексты, в которых сохраняется прагматика оригинала и которые оказывают необходимое воздействие на реципиента перевода, обладают свойством коммуникативной эквивалентности.

Идеи О. Каде, но уже в русле лингвистики текста, продолжил развивать еще один немецкий переводовед А. Нойберт. Центральным понятием в его концепции, основанной на учете прагматического аспекта перевода, стала функциональная эквивалентность, которая создается в конкретной коммуникативной ситуации, в которой в результате перевода достигается

коммуникативный эффект, равный коммуникативному эффекту текста оригинала. А. Нойберт также вводит такое понятие, как ситуациональность текста, которая представляет собой нахождение текста в отдельном социокультурном контексте в реальном месте и времени. Основной задачей переводчика исследователь видит распознавание этой ситуациональности и ее учет в процессе создания перевода. Для этого переводчику необходимо понимать контекст сообщения, специфику своих партнеров по коммуникации и их взаимоотношений, степень необходимости информации, содержащейся в тексте оригинала, и то, как они намерены эту информацию использовать. В дополнение к этому, переводчик обязан владеть социокультурным, политическим, историческим и прочими контекстами коммуникативной ситуации, так как текст перевода будет активирован в ситуации, которую и не предполагал создатель текста оригинала [Neubert, Shreve 1992: 85]. Таким образом, модель коммуникативной ситуации перевода О. Каде претерпевает существенные изменения: переводчик не просто переводит текст с одного языка на другой, он переводит текст, созданный в одной коммуникативной ситуации, адаптируя его к условиям другой коммуникативной ситуации. В данном случае, опираясь на теорию коммуникативных актов, необходимо отметить, что коммуникативную ситуацию перевода имеет смысл рассматривать как единую оболочку для отдельного коммуникативного акта перевода, так как коммуникация все-таки осуществляется в подавляющем большинстве случаев не с переводчиком, а с адресатом сообщения. В связи с этим, можно сделать допущение, что независимо от хронотопов, в которых находится каждый из актантов коммуникации (например, коммуникация через века, когда адресат читает перевод текста, написанного несколько столетий назад), они находятся в одной коммуникативной ситуации перевода, которую и необходимо учитывать в процессе создания перевода.

Так же как Д. Серль говорил о конечном количестве типов коммуникативных актов, А. Нойберт и Г. Шрив говорят об общей

ситуациональности для текстов одного типа. Например, независимо от тематики и объектов патентования, тексты патентных описаний будут иметь одинаковую структуру, схожие цели перевода, в среднем гомогенную целевую аудиторию. Тексты патентных описаний на языке оригинала и языке перевода, таким образом, потенциально находятся в отношениях ситуациональной эквивалентности, для достижения которой необходимо выработать определенные правила перевода в конкретной коммуникативной ситуации перевода [Там же. С. 88]. Таким образом, для создания между текстами оригинала и перевода отношений ситуациональной эквивалентности необходимо соблюдение определенных параметров коммуникативной ситуации: контекст сообщения, цель коммуникации, специфика участников процесса коммуникации в аспекте их взаимоотношений, цель и способ использования информации, а также экстралингвистические факторы, которые могут повлиять на уровень ситуациональной эквивалентности и заставят переводчика принимать то или иное переводческое решение.

Несмотря на то, что идеи функциональности и коммуникативной природы перевода витали в воздухе еще с начала 50-х годов XX века, существенный скачок в развитии коммуникативно-функционального подхода к изучению перевода случился в 1970-х годах прошлого столетия, когда ретроспективная прескриптивная парадигма исследования перевода как результата переводческой деятельности стала уступать свои позиции дескриптивному переводоведению. Вопросы эквивалентности между отдельными единицами языка оригинала и языка перевода, которые были вызваны тем, что основные теоретические постулаты науки о переводе «вырабатывались в те годы, когда у нас преобладал перевод художественных текстов» [Петрова 2019: 72], уступили место изучению статуса и функции текста перевода в лингвокультуре оригинала. Впервые о необходимости формирования отдельной науки о переводе, которая фокусировалась бы не столько на вопросах эквивалентности текстов оригинала и перевода, сколько

на понимании и описании сущности перевода как явления, высказался Дж. Холмс, который выделил три магистральных направления переводоведческой мысли: дескриптивное переводоведение, цель которого – описать феномен перевода (процесса и результата) на основании практического опыта; теоретическое переводоведение, в фокусе которого – выявление наиболее общих принципов перевода с целью его объяснения и прогнозирования [Holmes 2000: 176]. В качестве третьего направления автор выделяет прикладной подход, в рамках которого, при объединении дескриптивного и теоретического переводоведения, появляется возможность формулирования практических рекомендаций для их применения в практике и дидактике переводческой деятельности [Там же. С. 181]. Именно дескриптивному переводоведению, основанному на анализе переводческой практики, Дж. Холмс пророчил (и не без оснований) большое будущее и рассматривал три основных научных парадигмы исследования перевода с точки зрения эмпирического познания: исследования, ориентированные на результат перевода (Product-oriented DTS) и заключающиеся в текстоцентрическом анализе готовых переводов и дальнейшем сравнительном изучении результатов такого анализа; исследования, ориентированные на процесс перевода (Process-oriented DTS), то есть на понимание процесса принятия переводческого решения; исследования, ориентированные на изучение функции перевода (Function-oriented DTS), подразумевающие изучение не столько текста, сколько контекста, то есть описание функций, которые выполняет перевод в социокультурном контексте реципиента [Там же. С. 177]. Впоследствии Г. Тури, развивая идеи Дж. Холмса, отмечал, что функция, процесс и продукт (результат) переводческой деятельности представляют собой отдельные части комплексного целого, и разделение этих частей возможно только из методологических соображений. Таким образом, если мы хотим вникнуть в истинную суть явления перевода, нам необходимо рассматривать все три

указанных аспекта в их состоянии взаимозависимости и взаимовлияния [Toury 1995: 11].

Принцип целеполагания в переводе, который получил свое развитие еще в теории речевых актов и ее применения к исследованию закономерностей перевода, достиг своего апогея в рамках скопос-теории К. Райс и Х. Фермеера. В данной парадигме перевод рассматривается с деятельностной точки зрения, а текст перевода – как «коммуникативный элемент деятельности в определенной ситуации» [Прунч 2015: 162]. Согласно скопос-теории, любое переводческое действие определяется его целью в соответствии с формулой *Trl. = f (sk)*, где *f* – функция цели (скопоса). Соответственно, цель оправдывает средства и является определяющим фактором при принятии переводческого решения [Reiß, Vermeer 2013: 90]. Учитывая, что скопос исходного текста и текста перевода могут не совпадать в силу лингвокультурных различий целевых аудиторий, получающих тексты на языке оригинала и получающих трансляты – тексты на языке перевода, перевод нельзя рассматривать как прямую проекцию (mapping) текста оригинала в тексте перевода, скорее, набор величин *X*, представленных в тексте оригинала, должен репрезентироваться набором величин *Y* в тексте перевода [Там же, с. 113]. В итоге реципиенты транслята получают продукт (текст), который они могут использовать в соответствующей ситуации и именно так, как им это необходимо [Pym 2010: 45].

Согласно скопос-теории, главное, что необходимо учитывать в процессе перевода, – это его назначение и специфику использования перевода реципиентом. Фокус внимания исследователей смещается с текста оригинала на текст перевода, который для реципиента перевода должен иметь смысл и возможность практического применения. Перевод становится репрезентантом оригинала в коммуникативном пространстве целевой культуры, а набор величин *X*, репрезентируемый набором величин *Y* (см. выше), подразумевает множественность интерпретаций исходного текста. Можно сделать вывод, что множественность интерпретаций влечет за

собой и множественность функций текста перевода в принимающей культуре. В результате образуется «иллюзия функциональной константности», так как коммуникативная ситуация перевода изначально не задает равенство функций текста оригинала и текста перевода, а «абсолютно равнозначный в функциональном отношении текст перевода является исключением, а не правилом» [Прунч 2015: 165]. Таким образом, элементом, определяющим специфику создания текста перевода, становится его скопос, то есть цель, которая не всегда подразумевает равенство функций текстов.

Принимая во внимание выводы авторов скопос-теории, С. Басснет и А. Лефевр утверждают, что фактором, определяющим профессиональное поведение переводчика в конкретной коммуникативной ситуации, становится не текст на исходном языка, а культура в самом широком ее понимании, так как «переводы никогда не создаются в вакууме и никогда не воспринимаются в вакууме» [Bassnett, Lefevre 1998: 3], соответственно, переводчик демонстрирует лояльность тексту и культуре перевода. Наряду с концепцией культурного поворота появилась концепция кооперативного перевода Ю. Хольц-Мянттяри, в рамках которой в коммуникативную ситуацию перевода был введен еще один актант – инициатор перевода, то есть лицо, у которого возникает потребность в переводе. В результате участники коммуникативной ситуации перевода выстраиваются в следующую цепочку (см. табл. 2.1).

Таблица 2.1

Схема кооперационного взаимодействия Ю. Хольц-Мянттяри

[Прунч 2015: 183]

Роль актанта коммуникации	**Функция**
Инициатор (лицо, у которого возникает потребность в переводе)	Ему необходим текст
Заказчик	Заказывает текст
Текстовик (создатель исходного текста)	Создает текст, от которого отталкивается переводчик
Переводчик	Создает текст (перевода)
Пользователь текста (перевода)	Работает с текстом (перевода)
Реципиент текста (перевода)	Воспринимает текст (перевода)

В зависимости от специфики коммуникативной ситуации перевода, отдельные роли актантов могут совпадать или вовсе отсутствовать. Основными действующими лицами в соответствии с данной схемой являются заказчик перевода и переводчик как непосредственный исполнитель, создающий текст перевода (носитель намерения), а инициатор перевода обязан предоставить всю необходимую информацию, релевантную для создания носителя намерения [Прунч 2015: 184]. К такой информации могут относиться рекомендации по стилю, различные вспомогательные материалы, примеры уже переведенных текстов, готовые скрипты аудиовизуальных произведений, предуложенные субтитры, предпереведенные тексты в форме проектов для обработки в ТМ-программах или базы памяти переводов по конкретной тематической области и т. п. Переводчик, в свою очередь, может обращаться к инициатору перевода за отдельными пояснениями и разъяснениями относительно переводческого задания либо выступать консультантом, экспертом в области межкультурной коммуникации. Таким образом, переводчик и инициатор перевода (который, как следует из таблицы 2.1, может не являться автором текста перевода или непосредственным заказчиком перевода) вступают в партнерские отношения кооперации, а весь процесс перевода моделируется в соответствии с заданной целью.

Данный культурно-кооперационный поворот в переводоведении позволил исследователям обозначить специфику коммуникативной ситуации перевода как отправную точку для выбора скопоса. В этом отношении очень интересны работы еще одной немецкой исследовательницы К. Норд, у которой фокус лояльности переводчика перемещается на инициатора перевода. В своей модели «функция плюс лояльность» исследователь делает акцент на трех сторонах – участниках процесса перевода, интересы которых необходимо учитывать переводчику: инициаторы (которым требуется определенный вид перевода), целевая аудитория (которые ожидают, что текст оригинала и перевода будут вступать в определенные

взаимоотношения) и авторы оригинального текста (имеющие право требовать учета собственных интенций в переводе) [Nord 2018: 117]. В целях учета требований всех актантов коммуникативной ситуации перевода переводчику может предоставляться переводческое задание (translation brief). В нем формулируются факторы коммуникативной ситуации, которые необходимо учесть в процессе перевода. Такое задание включает информацию о получателе/получателях перевода, прогнозируемое место и время получения перевода, канал передачи текста перевода и цель (мотив) создания и получения текста перевода. Определяющим фактором в процессе перевода становится коммуникативная функция текста [Nord 2008: 47–48].

На основании примата партнерских лояльных отношений всех актантов коммуникативной ситуации перевода в широком смысле этого слова К. Норд формулирует основные принципы функционального подхода к переводу:

1) цель перевода определяет стратегию и методы перевода;

2) инициатор перевода или заказчик, которому необходим перевод, как правило, формулирует цель перевода в переводческом задании;

3) перевод, который соответствует поставленной цели, может называться функциональным;

4) функциональность – не врожденное свойство текста. Функциональностью текст наделяет реципиент в момент его получения;

5) как можно быть уверенным, что текст выполняет ту функцию, которую мы в него вкладывали? Никак. Если реципиенты распознают маркеры функций, они соглашаются, что текст эти функции выполняет;

6) одна из наиболее важных стратегий по созданию текста – найти оптимальный баланс между новой и известной информацией;

7) если текст оригинала существенно отдален от реципиента, принадлежащего к иной культуре, по времени или месту действия, функции текста перевода могут отличаться от функций текста оригинала [Nord 2006: 31–32].

Таким образом, К. Норд удается помирить прескриптивный и дескриптивный подходы к изучению перевода, так как, представляя перевод как коммуникативную ситуацию и оставаясь в русле скопос-теории, она уделяет внимание прескриптивным аспектам формулирования переводческого задания, которое обеспечивает коммуникативный успех ситуации перевода с учетом интересов всех актантов речевого акта. Таким образом, переводчик волен определять цель перевода самостоятельно с опорой на коммуникативную ситуацию перевода, но должен эксплицитно или имплицитно согласовывать свои действия со всеми актантами конкретной коммуникативной ситуации: инициатором перевода, заказчиком, получателем. Отвечая на вопросы «Зачем нужен перевод?» и «Как его будут использовать?», переводчик в состоянии обеспечить необходимый коммуникативный эффект речевого акта в конкретной ситуации перевода с учетом требований заказчика и экстралингвистических условий осуществления коммуникации.

В отечественной теории перевода, в отличие от западных исследований, коммуникативно-функциональный подход к переводу не приобрел достаточного числа сторонников и последователей. Тем не менее, говоря об исследованиях советских переводоведов, нельзя не упомянуть работы А. Д. Швейцера, который уделял большое внимание коммуникативной природе перевода. Обращая внимание на важность учета как языковых, так и внеязыковых (экстралингвистических) аспектов процесса коммуникации с использованием перевода, исследователь выстраивает собственную модель коммуникативной ситуации перевода (см. рис. 2.1).

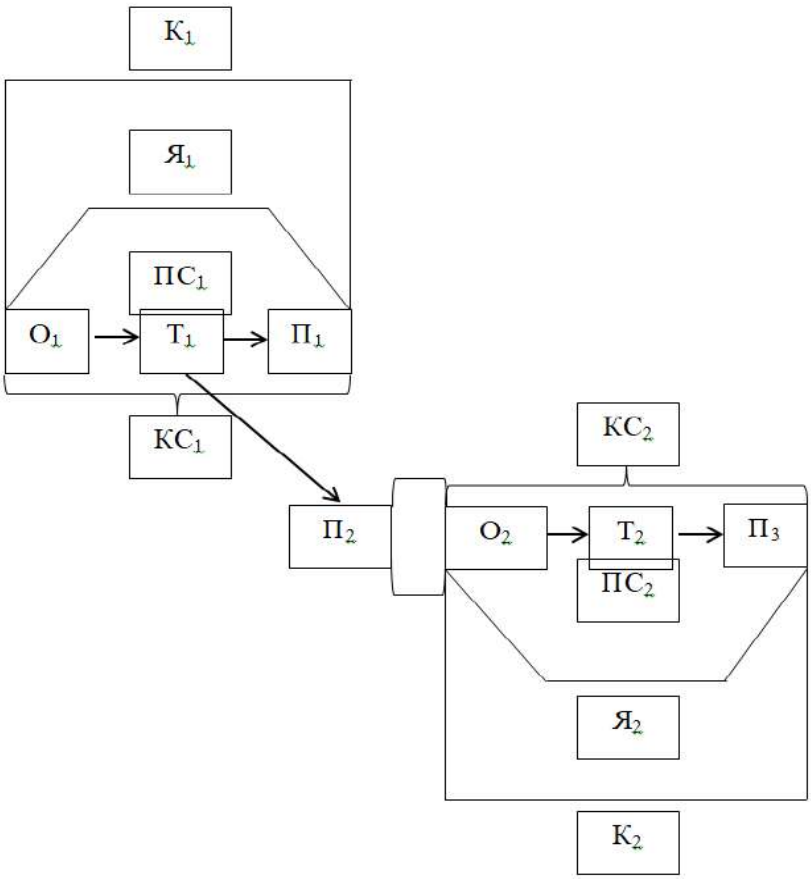

Рисунок 2.1. Модель коммуникативной ситуации перевода А. Д. Швейцера [Швейцер 1988: 51]

Данная модель построена на основе теории динамической эквивалентности Ю. Найды, но имеют существенные дополнения. В соответствии с теорией А. Д. Швейцера, отправитель ($О_1$) формулирует исходный текст ($Т_1$) для получателя текста на языке оригинала ($П_1$). Формулирование исходного текста осуществляется с использованием языковых средств языка оригинала ($Я_1$) с учетом специфики культуры языка оригинала ($К_1$) и предметной ситуации ($ПС_1$), отражаемой в тексте. Вся эта совокупность элементов образует коммуникативную ситуацию на языке оригинала ($КС_1$). Переводчик, выступая в качестве первичного получателя сообщения на языке оригинала ($П_2$) и вторичного отправителя текста ($О_2$), создает вторичный текст ($Т_2$), который отправляется получателю текста на языке перевода ($П_3$). Весь процесс коммуникации на языке перевода также обусловлен внеязыковыми факторами: спецификой культуры языка

перевода ($К_2$), предметной ситуацией ($ПС_2$), что образует коммуникативную ситуацию языка перевода (вторичную языковую коммуникацию) ($КС_2$). Разделение предметной и коммуникативной ситуаций на первичную и вторичную вызывает вопросы, однако А. Д. Швейцер аргументирует данный факт тем, что по сути своей одна предметная ситуация, в силу воплощения в текстах, функционирующих в разных культурно-языковых средах, может иметь различные ситуативные признаки [Швейцер 1988: 54].

Опираясь на теорию речевых актов, А. Д. Швейцер формулирует триаду, обусловливающую возникновение отношений прагматическо-коммуникативной эквивалентности между текстом оригинала и текстом перевода: 1) коммуникативная интенция (цель коммуникации), 2) функциональные параметры текста и 3) коммуникативный эффект [Швейцер 1988: 147]. Таким образом, функциональные параметры текста становятся залогом оптимальной передачи коммуникативной интенции с целью создания искомого коммуникативного эффекта, что, по сути своей, определяет эффективность реализации коммуникативной ситуации перевода. Таким образом, одной из сущностных характеристик перевода как процесса становится «воссоздание коммуникативного эффекта оригинала с поправкой на различия между двумя культурами и двумя коммуникативными ситуациями» [Там же. С. 205].

С одной стороны, идеи А. Д. Швейцера явно сформировались под влиянием Лейпцигской школы и функционалистских исследований в области перевода. С другой стороны, в те времена, когда в отечественном переводоведении господствовал прескриптивный текстоцентрический подход, идеи А. Д. Швейцера отличались новизной и ориентацией на прагматические, коммуникативные и функциональные аспекты переводческой деятельности.

Впервые понятие коммуникативно-функционального подхода в отечественном переводоведении было предложено З. Д. Львовской [Львовская 1985]. Данная работа довольно подробно разбирается в

монографии В. В. Сдобникова [Сдобников 2015: 31–36], поэтому ограничимся лишь некоторыми ремарками. Свои рассуждения З. Д. Львовская выстраивает на базе теории речевых актов, отмечая, что наиболее ценное в ней – понимание коммуникации как ментального акта, осуществляемого при помощи речевых средств. «Любое действие, включая речевое, имеет свою цель и свою стратегию, избранную субъектом на основании этого замысла и исходя из коммуникативной ситуации и конвенций, принятых в данной культуре. Одно и то же высказывание приобретает различные смыслы в различных ситуациях. Затем при интерпретации текста необходимо учитывать не только языковой контекст, но и различные экстралингвистические контексты: культурный, социальный, исторический, а также тему коммуникативного акта и другие релевантные факторы ситуации, которые способны оказать влияние на коммуникативную значимость языкового контекста и даже полностью изменить эту значимость» [Львовская 2008: 36]. Таким образом, ставя во главу угла смысловую составляющую коммуникации, принцип целеполагания и коммуникативную стратегию, а также делая акцент на релевантности экстралингвистических факторов, способных потенциально изменить языковой контекст, автор видит текст как целостную коммуникативную единицу, состоящую из трех основных компонентов: семантического (языкового) компонента, прагматического (экстралингвистического) компонента и коммуникативной ситуации. В модели З. Д. Львовской коммуникативная ситуация наиболее тесно связана со смыслом текста, она его мотивирует (замысел речевого произведения возникает под влиянием коммуникативной ситуации), детерминирует (под влиянием коммуникативной ситуации автор разрабатывает концептуальную программу речевой деятельности и отбирает коммуникативные стратегии ее реализации) и актуализирует (пользователь текста реконструирует смыслы текста в соответствии с собственными интерпретациями) [Там же. С. 61].

Таким образом, структуру коммуникативной ситуации перевода, по З. Д. Львовской, можно было бы назвать макроструктурой, так как она включает не только привычных автора, переводчика и получателя текста перевода, но и значения и смыслы, вложенные в исходный текст (далее – ИТ) автором и актуализированные получателем текста перевода (далее – ПТ): смысл ИТ (задуманный автором) – значение ИТ (избранное его автором) – смысл ИТ (такой, каким его понимает переводчик) – значение ПТ (избранное переводчиком в зависимости от новой коммуникативной ситуации) – смысл ПТ (такой, каким его понимает пользователь) [Львовская 2008: 69]. Таким образом, между концептуальной программой речевой деятельности автора и актуализацией смысла реципиентами перевода устанавливаются отношения коммуникативной эквивалентности, которая не означает равенства смыслов ИТ и ПТ, но регулируется прагматическими отношениями внутри коммуникативной ситуации перевода, обусловленными экстралингвистическими факторами.

Сторонником коммуникативно-функционального подхода в отечественном переводоведении, безусловно, является В. В. Сдобников. В монографии «Перевод и коммуникативная ситуация» исследователь формулирует следующие положения, лежащие в основе коммуникативно-функционального подхода к переводу:

1. Перевод осуществляется в определенной коммуникативной ситуации, в рамках которой коммуниканты решают собственные задачи, определяемые спецификой их предметной деятельности.

2. Перевод – деятельность, осуществляемая с определенной целью, что очень важно осознавать переводчику.

3. Цель перевода определяется инициатором перевода, для которого перевод необходим в процессе решения собственных задач.

4. Личность инициатора не обязательно совпадает с личностью получателя перевода.

5. Инициатор перевода является участником коммуникативной ситуации перевода, уникальным для данной конкретной ситуации. Поэтому цель осуществления перевода определяется спецификой конкретной коммуникативной ситуации, в которой осуществляется перевод.

6. Функция текста перевода в принимающей культуре не обязательно будет совпадать с функцией текста оригинала в исходной культуре. Она зависит от цели перевода и определяется ожиданиями актантов коммуникативной ситуации.

7. В соответствии с пунктом 6, коммуникативный эффект, производимый текстом перевода, не обязательно будет совпадать с коммуникативным эффектом, производимым текстом оригинала.

8. Достижение цели перевода осуществляется посредством применения наиболее оптимальной стратегии перевода в отдельной взятой коммуникативной ситуации [Сдобников 2015: 41–42].

В результате в рамках коммуникативно-функционального подхода тексты оригинала и перевода рассматриваются как инструменты коммуникации, способствующие достижению целей коммуникантов, обусловленных спецификой их предметной деятельности. Функции таких текстов зависят в первую очередь от специфики коммуникативной ситуации перевода, в том числе экстралингвистических условий осуществления коммуникации, и ее актантов: инициатора и/или заказчика, переводчика и получателя перевода. Таким образом, в рамках данного подхода В. В. Сдобников понимает перевод как «речевую деятельность переводчика по созданию текста на ПЯ с опорой на текст ИЯ, результат которой выступает в качестве инструмента обеспечения успешной предметной деятельности инициатора перевода и коммуникантов в данной коммуникативной ситуации» [Сдобников 2015: 47]. Критерием качества перевода в этом случае становится критерий успешности предметной деятельности коммуникантов, что вполне логично: если перевод не способствует реализации цели коммуникации и не производит ожидаемого

коммуникативного эффекта, то такой перевод не может называться качественным. В этом смысле довольно показателен пример АВП, целью которого является обеспечение комфортного потребления аудиовизуального произведения его реципиентом. Если переводчик не справляется с передачей средств создания комического эффекта в ситкоме, то зритель получает несмешную комедию, а инициатор перевода – падение количества просмотров, снижение рейтингов, что в итоге приводит к финансовым потерям. Или если при переводе субтитров переводчик в погоне за сохранением всех смыслов исходного текста не сможет придерживаться установленных инициатором перевода или заказчиком параметров скорости чтения и длины строки, то зритель физически будет не в состоянии прочитать субтитры, что негативно скажется на понимании аудиовизуального произведения и приведет к снижению общего впечатления, что снова становится источником существенных рисков для инициатора перевода.

Таким образом, ключевым элементом в коммуникативно-функциональном подходе к переводу является коммуникативная ситуация перевода – «фрагмент реальной действительности, представляющий собой системную совокупность экстралингвистических условий осуществления предметных действий коммуникантов, координируемых посредством их речевой деятельности, в ходе которой создается материальный продукт – речевое сообщение» [Сдобников 2015: 64], ведущим принципом осуществления коммуникации с использованием перевода выступает принцип целеполагания, а метрика оценки качества перевода строится на основании степени успешности предметной деятельности коммуникантов, нуждающихся в переводе.

Вполне естественно, что коммуникативно-функциональный подход к переводу, как и любой другой подход, не обошла вниманием критика коллег-переводоведов. Основная претензия к данному подходу – чрезмерная ориентация на актантов коммуникативной ситуации перевода и

теоретический шанс предоставления более широких полномочий инициатору перевода и переводчику при работе с текстом оригинала. Г. Т. Хухуни и коллеги видят в применении коммуникативно-функционального подхода к переводу две опасности:

1) неограниченное следование воле клиента может привести к фактической манипуляции текстом под диктовку последнего;

2) результат перевода будет отвечать установкам не заказчика, а исполнителя [Хухуни et al. 2022: 60].

С одной стороны, такие подозрения не беспочвенны: история знает довольно много случаев, когда переводы существенно искажали исходные тексты и авторскую интенцию в угоду заказчику. Стоит лишь вспомнить пример перевода «Одиссеи» Гомера Ливием Андроником, который скорректировал маршрут странствований Одиссея, изменил ритм стиха и некоторые образы, то есть своевольно внес существенные изменения в изначальный замысел автора в угоду целевой аудитории перевода [Нелюбин, Хухуни 2008: 26]. С другой стороны, учет интересов всех актантов коммуникативной ситуации перевода и экстралингвистических факторов, постулируемый коммуникативно-функциональным подходом, может гарантировать стремление переводчика к достижению оптимального результата процесса перевода с учетом ожидаемого, пусть и сиюминутного, коммуникативного эффекта, который необходимо произвести на реципиента текста на языке перевода.

Таким образом, необходимо признать, что, в соответствии со сложившейся практикой перевода в самом широком ее понимании, коммуникативно-функциональный подход предлагает теоретикам и практикам перевода именно тот объем инструментов, которые позволяют прогнозировать профессиональное поведение переводчика в коммуникативной ситуации перевода и своевременно его корректировать, сохраняя лояльность ко всем актантам коммуникативной ситуации и стремясь к той цели, которая поставлена перед переводчиком инициатором и

получателем перевода. Исходя из вышесказанного, имеет смысл использовать коммуникативно-функциональный подход применительно к коммуникативным ситуациям АВП, чему и будут посвящены дальнейшие разделы настоящего диссертационного исследования.

2.2. Коммуникативно-функциональный подход к изучению аудиовизуального перевода[4]

В предыдущем разделе подробно описано развитие и становление коммуникативно-функционального подхода к переводу в самом широком смысле. Ниже в целях обоснования коммуникативно-функциональной концепции АВП будут рассмотрены современные подходы к изучению АВП и определено место коммуникативно-функционального подхода в ряду других методологических подходов к изучению данного явления. Говоря о современном состоянии исследований в области перевода, Б. Ванг разделяет их на три сферы (dimentions), в рамках которых выкристаллизовались отдельные методологические подходы. К самой мелкой сфере, микросфере, автор относит когнитивный, структуралистский и лингвистический текстоцентрический подходы, в рамках которых переводоведы концентрируются на когнитивных процессах, способствующих продуцированию текста на языке перевода. Это та сфера, в рамках которой АВП изучался на первых этапах своего развития. Современные исследования демонстрируют активный уход от структурализма и текстоцентричности, что особенно применимо к исследованию перевода полимодальных текстов. К более обширной мезосфере относятся прагматический и коммуникативный подходы, изучающие процессы медиации и коммуникации в зависимости от

[4] В сокращенной форме содержание раздела 2.2 опубликовано в статье: Малёнова Е. Д. Аудиовизуальный перевод как объект исследования в современном переводоведении // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. № 6 (874). С. 101–107.

ситуационного контекста. Самая объемная сфера, макросфера, фокусирует внимание исследователей на переводе как социокультурной деятельности [Wang 2018: 152–153]. Именно мезо- и макросфера оказываются в фокусе современных исследований АВП. Под современными исследованиями понимаются работы, опубликованные в последние 30 лет, то есть после провозглашения необходимости изучения АВП как особого вида переводческой деятельности.

Как уже не раз упоминалось, АВП, оставаясь переводом в широком смысле этого слова и подчиняясь универсальным законам переводческой деятельности вообще, обладает рядом специфических черт, которые и обусловливают необходимость создания отдельной исследовательской концепции. В особенности это актуально для отечественного переводоведения, так как в сфере АВП слабо развит терминологический аппарат на русском языке, недостаточно разработана методология исследования аудиовизуального текста, а также отсутствуют четко сформулированные критерии качества АВП, реализуемого в различных коммуникативных ситуация перевода.

За последние три декады в мировой практике изучения АВП последовательно сформировались отдельные научные парадигмы, в рамках которых исследователи пытаются установить закономерности перевода полимодального аудиовизуального текста с учетом производственного процесса АВП и специфики восприятия результата перевода его конечным реципиентом. Ниже рассмотрим ряд обобщенных исследовательских парадигм, применяемых к изучению АВП переводоведами, а также определим в этом ряду место для коммуникативно-функционального подхода.

2.2.1. Исследовательская парадигма «перевод-текст»

Несмотря на то, что подавляющее большинство исследователей сходятся во мнении, что аудиовизуальный текст необходимо рассматривать как семиотически осложненное единство, конструируемое посредством

семиотических модусов и субмодусов как вербальной, так и невербальной природы, в равной степени участвующих в процессах порождения значений, отдельные теоретические исследования АВП имеют мономодальный характер. В рамках данного подхода написана докторская диссертация В. Е. Горшковой, в которой фокус внимания направлен на лингвистическую, семиотическую и лингвокультурную специфику перевода кинодиалога как основной единицы АВП, рассматриваемой с точки зрения процессо-ориентированного текстоцентрического подхода [Горшкова 2006: 5]. С аналогичной точки зрения перевод кинодиалога рассматривается М. С. Снетковой, изучающей лингвостилистические аспекты перевода испанских кинотекстов [Снеткова 2009]. И. К. Федорова в своих ранних работах изучает перевод кинотекста в сфере концепции культурного переноса без учета специфики АВП [Федорова 2009], К. Е. Костров рассматривает вопросы качества АВП, основываясь лишь на анализе ошибок в передаче вербальной составляющей полимодального текста [Костров 2015]. В недавних работах, посвященных анализу специфики АВП, также применяется текстоцентрический подход. Так, в статье И. Д. Волковой и В. А. Митягиной затрагивается очень интересная тема применения стратегии транскреации при субтитрировании и дублировании, приводится сравнительный анализ вариантов перевода, но, к сожалению, не учитывается полимодальная специфика аудиовизуального текста [Волкова, Митягина 2023]. Таким образом, несмотря на большое количество исследований, в которых очень подробно описывается специфика аудиовизуального текста в аспекте его полимодальности, в ряде исследований, опубликованных в течение последних пяти лет, переводоведы придерживаются мономодального подхода в исследовательской парадигме «перевод-текст» (Альварес Солер 2018; Акимцева 2021; Павлова, Хлынов 2021; Шутова, Семенова 2021; Асташенко, Тразанова 2022; Маргушева 2022; Яковлева, Саглам 2022; Бармина 2023 и другие).

Справедливости ради необходимо отметить, что в некоторых работах отечественных переводоведов, посвященных АВП, наблюдается последовательный переход к полимодальному подходу в исследовании данного вида перевода. В работе О. Ю. Кустовой отмечается необходимость при выполнении АВП учитывать вербальные и иконические средства выражения, а также музыкальный код [Кустова 2015]. О. Д. Прасолова, оставаясь в рамках текстоцентрического подхода, подключает к анализу вербальной составляющей аудиовизуального текста (субтитров) и способов передачи отдельных ее элементов (национально-специфических компонентов) средствами русского языка описание видеоряда, мотивируя переводческие решения с учетом отдельных семиотических модусов невербальной природы [Прасолова, Павлина 2022]. Существенным упущением авторов стало игнорирование функционально-коммуникативного аспекта перевода субтитров: влияние технологической специфики создания субтитров, напрямую воздействующей на восприятие аудиовизуального текста зрителем. Так, при анализе переводческих решений, принятых для передачи национально-специфических компонентов, авторы не учитывают требования скорости чтения и длины строки, то есть тех характеристик субтитров, которые напрямую способствуют или препятствуют адекватному восприятию зрителем аудиовизуального произведения. Подобного подхода придерживается и Е. А. Абрамов, когда анализирует специфику перевода обсценной лексики, функционирующей в художественных фильмах [Абрамов 2021]. Несмотря на то, что анализируется два вида перевода: перевод в стиле русского закадра и официальный дублированный перевод от студии «Мосфильм», автор не отслеживает, как на принятие переводческого решения влияет специфика перевода под различные виды озвучивания. Подобного рода методологическая ошибка присутствует в подавляющем числе отечественных исследований в области аудиовизуального перевода (Рожков, Мамонова 2019; Жернакова, Степанова 2020; Юрченко, Сабурова 2020 и другие).

С критикой текстоцентрического подхода к переводу в свое время активно выступил К. Кайндл, который пишет о необходимости расширить и обновить объект переводоведческих исследований, не концентрируясь исключительно на вербальном модусе текстов аудиовизуальной природы [Kaindl 2013: 266]. Тем не менее, как показывает анализ научных исследований, посвященных АВП и вышедших за последние 5 лет (по данным портала Elibrary), в отечественном переводоведении аудиовизуальные тексты рассматриваются в отрыве от остальных модусов полимодального текста.

2.2.2. Исследовательская парадигма «перевод–функция»

В работах иностранных переводоведов изучение АВП получило несколько иную точку входа, чем в работах российских исследователей. Фокус исследований с самого начала был направлен на полимодальную специфику аудиовизуального текста, а основное внимание переводоведов сосредоточилось на модусах, функционирующих в аудиовизуальном тексте и являющихся, по мнению исследователей, существенными ограничивающими факторами в процессе АВП. Таким образом, функция текста как целевая установка речевого акта в привычном понимании при преломлении через призму АВП перерастает в целевую установку полимодального коммуникативного акта оказать воздействие на зрителя посредством совокупности всех ключевых модусов. В результате целью коммуникации с использованием аудиовизуального текста становится оказание эмоционального, эстетического, когнитивного и прочих типов воздействия на зрителя посредством массированной атаки на все органы чувств одновременно. Соответственно, при переводе необходимо учитывать специфику передачи информации посредством всех семиотических модусов в их совокупности (о чем подробно написано в разделе 1.1) и принимать переводческое решение, учитывающее эту специфику.

Одной из первых работ, выполненных в русле такого функционально-семиотического подхода, стала работа И. Фодора, посвященная проблемам

кинодубляжа, в которой автор не просто рассмотрел закономерности передачи вербальной составляющей аудиовизуального текста при переводе под дублирование, а разработал концепцию визуальной фонетики, в рамках которой выявил специфику синхронизации текста с работой речевого аппарата актеров при переводе [Fodor 1976]. В рамках аналогичного подхода аудиовизуальный перевод (в частности субтитрирование) рассматривал и К. Титфорд. Он ввел в научный обиход термин «ограниченный перевод» (constrained translation), а семиотическую медиальную среду, в которой происходит передача информации, рассмотрел как существенное ограничение переводческой свободы [Díaz-Cintas 2004].

Концепцию ограниченного перевода развивают в своих работах Р. Майораль, Д. Келли и Н. Галлардо, рассматривающие АВП как акт коммуникации, свобода переводчика в котором существенно ограничена двумя факторами. Первый фактор – это наличие нескольких систем коммуникации, которые имеют свойство приращения новых значений и смыслов к тем, что актуализируются посредством вербальной системы коммуникации. Переводчику необходимо учитывать то, как законы функционирования невербальных систем коммуникации влияют на текст, как с их помощью могут трансформироваться значения, транслируемые посредством вербальной системы. Второй фактор – необходимость синхронизации всех задействованных коммуникативных систем для достижения цели перевода. Сбои в синхронизации становятся источниками «шума», который может либо повлечь за собой проблемы декодирования значений, либо привести к коммуникативной неудаче [Mayoral, Kelly, Gallardo 1988: 363]. Тот факт, что переводчик работает с вербальной составляющей полимодального текста, обусловливает необходимость внесения соответствующих изменений, связанных с синхронизацией коммуникативных систем, непосредственно в сам текст [Там же].

П. Сабальбеаскоа также рассматривает аудиовизуальный перевод через призму ограничений. В своей статье он сразу и довольно четко определяет

цель любой коммуникации развлекательного характера (включая театральные постановки, кинофильмы и т. п.) – получение удовольствия. У всех подобных произведений кроме коммуникативной функции есть функция развлекательная: «они помогают приятно провести время и являются источником наслаждения, так же как литература, все виды искусства, хорошая кухня, ароматы, ощущение приятной ткани на нашей коже и игры (которые практически всегда включают в себя вербальные и невербальные компоненты)» [Zabalbeascoa 2010: 26]. В связи с этим все, что становится на пути такой комплексной коммуникации и стимуляции всех органов чувств, понимается как ограничение. Подобного рода ограничения могут быть внутренними, то есть объясняющимися индивидуальными особенностями актанта процесса коммуникации, и внешними: социальными, техническими, финансовыми [Там же. С. 27]. При попытке нивелировать эти ограничения создаются новые виды перевода, например аудиодескрипция или субтитры SDL, предназначенные для зрителей с ограниченными, то есть особыми, когнитивными потребностями. В этой же статье П. Сабальбеаскоа фактически формулирует призыв к использованию функционально-коммуникативного подхода к АВП: «Считаю, что теории перевода необходимо изменить свои подходы и вместо того, чтобы задаваться вопросом, как переводить (письменные) тексты, задаться вопросом, как перевод способствует эффективной коммуникации, обладая тем инструментарием, который есть у нас сейчас (адаптация к постоянно изменяющимся коммуникативным ограничениям, повышение уровня и расширение границ [медиа]доступности). В конце концов, определение границ перевода имеет гораздо меньшее значение, чем понимание того, как общаются люди, как они возможно хотели бы общаться, и что можно сделать … для улучшения процессов коммуникации, обучения и понимания искусства [Там же. С. 30]. Таким образом, исследовательская парадигма «перевод-функция» в случае АВП существенно сближается с парадигмой «перевод-коммуникация», которая будет рассмотрена в разделе 2.2.3.

В рамках схожего, но уже функционально-дидактического подхода к изучению АВП выполнены работы Р. А. Матасова [Матасов 2009] и А. В. Козуляева [Козуляев 2019], которые также обращают внимание на функциональные ограничения, накладываемые каждым отдельным видом АВП. Авторы также формулируют методические принципы и технологии обучения АВП, описывают структуру соответствующего курса, разрабатывают задания для студентов.

2.2.3. Исследовательская парадигма «перевод-коммуникация»

Функциональный подход к изучению АВП подводит к мысли, что на большую часть ограничений семиотической природы можно посмотреть с позиции их коммуникативной ценности. Что если различные коммуникативные системы, о которых писали Р. Майораль и коллеги, это факторы, которые, наоборот, дают большую свободу переводчику в плане выбора коммуникативных стратегий? Данное допущение позволяет рассмотреть их не как ограничения, а как дополнительные ресурсы порождения смыслов, «которые дают возможность расширить репертуар переводческих стратегий, тактик и решений в целях достижения оптимального коммуникативно-прагматического эффекта, оказываемого аудиовизуальным произведением на реципиента, то есть зрителя» [Малёнова 2023: 103]. Данный ракурс изучения проблемы АВП можно назвать коммуникативно-семиотическим подходом, в рамках которого АВП рассматривается как особая коммуникативная ситуация, в которой переводу подвергается синкретическое полимодальное единство, учет коммуникативного потенциала всех семиотических ресурсов является основным требованием к переводчику, а акцент делается на специфике восприятия переведенного аудиовизуального произведения его целевой аудиторией.

Учитывая, что любое аудиовизуальное произведение, подвергаемое переводу, представляет собой историю, которая является, с одной стороны, микроконтекстом – законченным повествованием, а с другой стороны,

макроконтекстом, то есть элементом более масштабной понятийной, в отдельных случаях – трансмедийной вселенной, то коммуникативный характер АВП можно рассмотреть с точки зрения нарратологии. В конце концов, «основная причина снять фильм – рассказать историю» [Zabalbeascoa et al. 2001: 109]. Таким образом, основное внимание аудиовизуального переводчика должно быть направлено на трансляцию смыслов, лежащих в основе сюжета этой истории, причем, выбор переводческого решения будет зависеть от жанра переводимого аудиовизуального произведения [Там же].

В рамках коммуникативно-семиотического подхода к изучению АВП все больше исследований получают эмпирический инструментально-прикладной характер и ставят своей целью выяснить, как процесс перевода влияет на восприятие результата перевода зрителем, оказывает ли перевод тот коммуникативный эффект, на который рассчитывал создатель аудиовизуального перевода и инициатор перевода. Такого рода исследования получили наименование Reception Studies (изучение восприятия). Таким образом, переводоведы отходят от дескриптивного исследования отдельных кейсов АВП и проблематики изучения конкретных переводческих трудностей с учетом различных ограничивающих факторов, переключая внимание на то, что происходит до и после перевода аудиовизуального текста, то есть на изучение «лингвистических, социолингвистических и когнитивных процессов создания таких текстов, а также на изучение всех форм и моделей потребления и восприятия» [Di Giovanni, Gambier 2018: x].

Ранние исследования в области изучения восприятия ограничивались проведением опросов в форме анкет или интервью, которые и по сей день остаются валидными методами изучения реакции целевой аудитории на аудиовизуальное произведение. С развитием технологий большое распространение получили всевозможные инструментально-экспериментальные исследования с использованием технологии окулографии (айтрекинга), энцефалографии и кардиографии, устройств распознавания лиц и измерения кожно-гальванических реакций человека и многое другое. По

мнению переводоведов, такие исследования позволяют не просто оценить отдельные стратегии, тактики и технологии перевода, но и сделать выводы относительно фундаментальных основ АВП, что будет способствовать дальнейшему прогрессу в данной области [Díaz-Cintas, Szarkowska 2020: 7]. Исследования восприятия, как правило, рассматривают специфику коммуникации с реципиентом в зависимости от способа локализации аудиовизуального произведения (Di Giovanni 2018; Nicolić 2018; Romero-Fresco 2020; Ragni 2020; Szarkowska, Boczkowska 2022 и другие); особое внимание уделяется специфике восприятия зрителей с особыми когнитивными потребностями в рамках изучения проблем медиадоступности (Romero-Fresco 2018; Matamala et al. 2020 и другие). Таким образом, включение в процесс исследования АВП вопроса восприятия зрителем результата перевода делает еще один шаг к пониманию АВП как процесса коммуникации, протекающего не только между переводчиком и переводимым материалом, но и включающего в него непосредственного получателя переводного аудиовизуального произведения.

2.2.4. АВП в свете коммуникативно-функционального подхода

Несмотря на то, что функциональный характер АВП не подвергается сомнению, его коммуникативная природа вызывает у отдельных исследователей определенную долю скепсиса. С одной стороны, любой вид перевода традиционно понимается как ключевое средство коммуникации между представителями разных лингвокультурных общностей. С другой стороны, в случае, например, устного перевода, коммуникативная ситуация разворачивается непосредственно в режиме реального времени, что позволяет отследить процесс взаимодействия различных актантов и с определенной долей уверенности интерпретировать результат данного процесса, отражающийся в достижении коммуникативно-прагматического воздействия на реципиента. В случае АВП взаимодействие актантов осуществляется дистантно и опосредованно при помощи текста аудиовизуального произведения, и эффективность коммуникации можно

оценить только через различные варианты организации обратной связи от актантов. Для зрителя исходное аудиовизуальное произведение представляет собой продукт массовой культуры, восприятие которого зависит от многих факторов, включающих как личностные особенности зрителя, так и культурные, социальные и прочие аспекты его жизнедеятельности. В связи с этим возникает вопрос: возможно ли рассматривать ситуацию просмотра аудиовизуального произведения как элемент коммуникации, или это, скорее, процесс потребления контента, который не подразумевает обратной связи в триаде «источник – переводчик – реципиент»?

Подобную мысль высказывает С. А. Филиппов, утверждая, что «кино – система односторонней массовой коммуникации, в которой отправитель и получатель сообщения разделены в пространстве и времени и, как правило, вообще не знакомы друг с другом» [Филиппов 2016: 167]. Действительно, просмотр аудиовизуального произведения не предусматривает возможности вступить в диалог с режиссером или сценаристом, переспросить у отправителя сообщения то, что осталось за кадром, скорректировать собственные представления и убеждения в процессе непосредственного общения. Такого же рода сомнения озвучивает и В. В. Сдобников, задаваясь вопросом, является ли в действительности перевод актом межкультурной коммуникации, или это не более чем устоявшаяся метафора, которая используется, чтобы «выдать желаемое за действительное» [Sdobnikov 2023: 84]. Автор аргументирует свою точку зрения, приводя дефиниции понятия «коммуникация» и обращая внимание на тот факт, что любая коммуникация подразумевает непосредственное или опосредованное взаимодействие людей с целью обмена идеями или информацией. В случае АВП, люди, смотрящие кинофильм или играющие в видеоигру, не вступают в коммуникацию с создателями данных продуктов. «Они просто используют данные продукты в своих собственных целях. (Между прочим, стоит отметить, что цели создателей фильмов или компьютерных игр и тех, кто пользуется этими продуктами, различны: первые осуществляют коммерческую деятельность,

тогда как вторые – развлекательную. И вновь никакого обмена информацией здесь не происходит)» [Там же. С. 82]. Так как АВП представляет собой элемент массовой культуры, в попытке найти ответ на вопрос «Является ли АВП актом коммуникации?» предлагается рассмотреть примеры базовых моделей массовой коммуникации, которые предлагались исследователями в разные периоды.

2.2.4.1. Базовые модели массовой коммуникации

По большому счету, базовые модели коммуникации можно разделить на три категории: трансмиссионные (линейные), интерактивные (нелинейные) и трансакционные. Линейные модели коммуникации подразумевают передачу информации от источника к получателю с использованием определенного канала связи. Впервые линейная модель коммуникации была представлена Г. Лассуэлом в 1948 году и содержала пять элементов, каждый из которых определялся отдельным вопросом: кто? (Who), что говорит? (says What?), по какому каналу? (in Which channel?), кому? (to Whom?), с каким результатом? (with What effect?). По первым буквам задаваемых вопросов данная модель называется 5W и представляется в форме пяти последовательных частей: коммуникатор – сообщение – канал – аудитория – эффект [Wenxiu 2015: 245–246]. Линейной трансмиссионной моделью является также классическая модель речевого события, предложенная Р. О. Якобсоном [Якобсон 1975: 198], которая уже упоминалась в разделе 2.1. Эта модель включает двух актантов – адресанта и адресата, – которые, соответственно, отправляют и получают сообщения. Все участники речевого события находятся в определенном контексте, который может быть воспринят адресатом, а передача сообщения осуществляется посредством кода, хотя бы частично общего для адресата и адресанта. Еще одним интегральным компонентом речевого события является контакт – «физический канал и психологическая связь между адресантом и адресатом, обусловливающие возможность установить и поддерживать коммуникацию» [Там же]. Именно каналу соответствует фатическая функция языка,

используемая для установления, поддержания, проверки или прекращения контакта между адресатом и адресантом.

Модель коммуникации Шеннона – Уивера напоминает модели Г. Лассуэла и Р. О. Якобсона, однако исследователи добавляют в нее еще один компонент – источник помех (шума). Источник информации производит сообщение или серию сообщений, которые подают на приемный терминал-передатчик, который кодирует сообщение в ту форму сигнала, которая может передаваться по избранному каналу коммуникации. Когда сигнал достигает приемника, он декодируется и получатель принимает сообщение. В точке прохождения сигнала от передатчика к приемнику могут возникать всевозможного рода помехи, в результате которых сообщение может дойти до получателя в искаженной форме [Shannon 1948: 380]. Этот шум может иметь как физическую, так и семантическую и психологическую природу. Несмотря на то, что данная модель создавалась по заказу компании Bell Labs и описывала коммуникацию с использованием технических средств связи, она считается классическим примером трансмиссионной модели коммуникации и применяется в различных науках, включая лингвистику и теорию медиакоммуникаций.

С другой стороны, существуют модели, которые ставят под сомнение линейный характер природы коммуникации. Это интерактивные модели. Например, У. Шрамм предлагает рассматривать коммуникацию как непрерывный циркулярный процесс кодирования, декодирования и интерпретации вербальных знаков и делает вывод, что в определенный момент устное или письменное сообщение, циркулирующее по коммуникационному каналу, сепарируется как от отправителя, так и от получателя. Именно данное свойство процесса коммуникации отличает, по мнению У. Шрамма, человека от животного: «люди способны создавать знаки, которые могут передаваться сквозь пространство и время» [Schramm 1971]. Благодаря естественному языку, человек способен «закодировать сообщение, которое может быть прочитано и интерпретировано за сотни

миль от нас или через сотни лет» [Там же]. Таким образом, нелинейный интерактивный характер коммуникации может предполагать общение современных читателей с У. Шекспиром в процессе декодирования и интерпретации сообщений, заложенных в его тексты, и не противоречит пониманию перевода как коммуникативной деятельности.

Подобного рода модель опосредованной кросс-модальной коммуникации, также допускающая существование отложенной обратной связи от реципиентов, предлагается Б. Уэстли и М. Маклином. Исследуя медиакоммуникацию, они пришли к выводу, что обратная связь от реципиентов сообщения может быть как преднамеренной, когда разгневанный реципиент пишет письмо автору сообщения и предоставляет таким образом непосредственную обратную связь, так и непреднамеренной, когда в результате успешной телевизионной рекламы реципиент сообщения покупает рекламируемый товар. У реципиента не было намерения предоставлять непосредственную обратную связь, но благодаря маркетинговым исследованиям производитель товара эту обратную связь ощущает. То же относится и к обратной связи, получаемой посредством опросов, анализа рейтингов вовлеченности реципиентов и оценки уровня популярности того или иного медийного продукта [Westley, MacLean 1957: 37]. Таким образом, если приложить модель Б. Уэстли и М. С. Маклина к ситуации аудиовизуального перевода, то рейтинги аудиовизуальных произведений на специализированных интернет-сайтах (например, IMDb и «Кинопоиск»), результаты кассовых сборов, рейтинги телепередач могут считаться непреднамеренной обратной связью, посредством которой потребитель может сообщить создателям и дистрибьюторам фильма о своем отношении к потребляемому аудиовизуальному контенту.

С течением времени все больше исследователей в области медиа- и аудиовизуальной коммуникации склонялись к мысли, что процесс коммуникации не ограничивается передачей информации от одного актанта к другому. «Скорее, в коммуникации некоторый предмет обсуждения

становится взаимно доступным для двух или более людей, в то время как средство, которое дает нам этот доступ, уходит на второй план» [Gadamer 2004: xiv-xv]. С. Холл включает в свою модель коммуникации не только фазы производства информации, ее распространения и использования (дистрибуции или потребления), но и фазу репродукции, когда реципиент медиапродукта начинает играть активную роль в декодировании полученных сообщений. По С. Холлу, существует три позиции, из которых производится декодирование медиасообщения: доминантно-гегемонистская позиция, подразумевающая полное соответствие закодированных и декодированных сообщений (восприятие аудитории полностью соответствует намерениям авторов сообщения); переговорная позиция, в рамках которой реципиент проявляет субъектность и критически относится к декодированному сообщению, опираясь не столько на транслируемые ценности, смыслы и посылы, сколько на свой собственный жизненный опыт; оппозиционная позиция, в которой реципиент отвергает транслируемое создателем сообщения содержание и генерирует свой собственный текст [Hall 1980: 515–517]. Таким образом, в понимании С. Холла реципиент более не принимает пассивную позицию потребителя контента, он проявляет собственную субъектность и предоставляет обратную связь в форме реакции на декодирование сообщений, заложенных в аудиовизуальный контент.

Трансакционная модель коммуникации, предложенная Д. Барнлундом, подразумевает циклический процесс обмена сообщениями, участники которого (коммуникаторы) одновременно выступают в ролях отправителей и получателей сообщений. Для Д. Барнлунда коммуникация – это процесс создания значения. Сообщения могут поступать извне – от говорящего, из телевизора и т. п., но значения генерируются внутри взаимоотношений коммуникаторов, и их актуализация напрямую зависит от социального, культурного, политического и другого контекста. «Коммуникация – это попытка человека совладать со своим собственным опытом, своим настроением, своими текущими потребностями» [Barnlund 1963: 457]. В

результате коммуникации как одновременного, разнонаправленного и обусловленного контекстом взаимодействия, все его участники генерируют смыслы и конструируют действительность. «В данной модели мы общаемся не для того, чтобы обменяться сообщениями, а чтобы создать необходимые взаимоотношения, сформировать межкультурные объединения, выразить самооценки и вступить в диалог с другими партнерами для создания каких-либо сообществ» [Долженков 2016: 122]. Б. Пирс делает еще более смелое допущение и утверждает, что мы не просто вступаем в процесс коммуникации, развертывающийся от адресанта к адресату и обратно, мы «живем в коммуникации» и коммуникация – именно то, из чего «сконструированы “люди”, “институции” и “факты”» [Pearce 1989: xvi]. Таким образом, понимание коммуникации как линейного процесса обмена информацией подразумевает не только непосредственную обратную связь от адресата к адресанту, но и формирование новых смысловых, поведенческих и социальных паттернов, обусловливающих установление разновекторных, разнонаправленных и динамичных связей как между непосредственными участниками процесса коммуникации, так и с внешней средой, а также, условно говоря, с внутренним миром самих актантов.

Возвращаясь к вопросу о коммуникативной природе АВП, необходимо признать, что в последнее время структура массовой коммуникации существенно меняется и ее линейная организация подвергается сомнению, «коммуникация становится все более аудиовизуальной, социальной и мобильной – как в сфере развлечений, так и в медиаиндустрии» [Maestri 2021: 127]. Характер коммуникации с использованием аудиовизуальных произведений становится все более трансакционным. Позиция зрителя меняется: это уже не пассивные потребители (consumers) аудиовизуального контента, а скорее активные потребители (prosumers, от английских слов producers – производители и consumers – потребители), которые не просто пользуются аудиовизуальными продуктами, а хотят участвовать в их создании [Jenkins 2008]. Развитие сети Интернет и феномен Web 2.0

позволяют реципиентам аудиовизуальной продукции не только пассивно воспринимать аудиовизуальный контент, но и активно участвовать в генерации смыслов, конструировании фикциональной реальности и создании собственного контента. Довольно ярко подобное поведение реципиентов оригинальных и переводных аудиовизуальных произведений проявляется в случае их взаимодействия с трансмедийными проектами, которое подробно описано в разделе 1.3.4 данного диссертационного исследования. В рамках обеспечения медиадоступности активно используется концепция коммуникативной доступности (Communication accessibility), подразумевающая тесную взаимосвязь инклюзии, доступности, устойчивости и коммуникации: «активная вовлеченность и развитие возможны только тогда, когда коммуникация полностью состоялась; для этого применяются меры доступности, гарантирующие, что сообщения полностью достигают целевой аудитории» [Neves 2025: 14]. Таким образом, любые типы взаимодействия реципиентов аудиовизуальных произведений являются потенциальной обратной связью для всех актантов рассматриваемой коммуникативной ситуации, а АВП обеспечивает возможность такой коммуникации при взаимодействии с аудиовизуальными произведениями, созданными в любой лингвокультуре.

2.2.4.2. Типы непосредственной и опосредованной обратной связи от реципиентов

Необходимо отметить, что активная позиция реципиентов аудиовизуального контента, получаемого ими как в оригинале, так и в переводе, выражается и в специфике установления непосредственной и опосредованной обратной связи со всеми коммуникаторами. Если в эпоху господства телевидения и VHS единственным способом установить обратную связь была отправка писем в редакцию телеканала, то сегодня развитие технологий позволяет отследить как непосредственную преднамеренную, так и опосредованную непреднамеренную обратную связь от получателей аудиовизуального произведения, в том числе переведенного

на их родной язык. Анализ специфики организации кинопоказа на современном этапе позволил выявить пять организационных типов обратной связи, которая возникает в коммуникативной ситуации с использованием АВП:

1. Косвенные поведенческие индикаторы.

Непреднамеренная опосредованная обратная связь в контексте коммуникативной ситуации с использованием АВП представляет собой косвенные поведенческие индикаторы реакции аудитории, которые не выражаются напрямую (например, через отзывы или опросы), но отражают восприятие переведенного аудиовизуального контента через рыночные или статистические метрики. Ключевые типы такой обратной связи перечислены ниже.

Кассовые сборы фильмов: высокие сборы в странах, где зрители смотрят аудиовизуальные произведения в дублированном переводе или с субтитрами, могут свидетельствовать не только о высоком качестве самого контента, но и о его успешной адаптации. Зрители охотно покупают билеты и рекомендуют к просмотру те аудиовизуальные произведения, которые не вызвали отторжения, кроме всего прочего, благодаря удачному переводу.

Рейтинги телепередач и стриминговых платформ: метрики просмотров показывают долю аудитории, удерживаемую сериалами, в том числе иностранного производства, снабженными АВП. Падение рейтингов после премьеры может коррелировать с жалобами на недостаточную синхронизацию или неестественность дублированного перевода, непривычную локализацию из-за смены компании-локализатора и т. п.

Продажи цифрового контента: объем реализованных копий или скачиваний аудиовизуальных произведений отражает предпочтения; сравнение сборов оригинала и локализованной версии помогает выявить влияние перевода на коммерческий успех аудиовизуального продукта.

Такого рода непреднамеренная опосредованная обратная связь является довольно противоречивым показателем, так как отток зрительской

аудитории и неубедительные кассовые сборы могут быть вызваны не только качеством АВП. Однако учитывая тот факт, что АВП – интегральная часть локализованного аудиовизуального произведения, которая с разной степенью успешности встраивается в знакоткань исходного произведения, его качество напрямую влияет на оценку зрителями всего фильма или сериала. В любом случае коммерческий неуспех аудиовизуального произведения может служить сигналом для авторов и дистрибьюторов контента о необходимости посмотреть в сторону перевода.

2. Тестовые показы.

В сложной экосистеме кинопроизводства эффективная коммуникация между создателями аудиовизуальных произведений и аудиторией выступает ключевым механизмом согласования творческого замысла с восприятием зрителя. В качестве основных инструментов получения преднамеренной непосредственной обратной связи от зрителя выступают тестовые показы. Традиционно считается, что инициатором тестовых показов выступил знаменитый американский комик времен немого кино Гарольд Ллойд, но первым официально зафиксированным текстовым показом стал показ фильма «Волшебник страны Оз» (1939), который по результатам такого показа был сокращен с 121 до 108 минут: были вырезаны сцены со Злой ведьмой Запада, а также фильм чуть не лишился баллады «Где-то над радугой» (Over the Rainbow), ставшей впоследствии оскароносной [Smith 2020].

Как показывает приведенный выше пример, вклад участников тестовых просмотров, который аккумулируется у создателей любых видов аудиовизуальной продукции в форме заполненных анкет, чек-листов, анализа комментариев в социальных сетях и глубинных интервью, существенно влияет на то, каким именно фильм или сериал выйдет на экраны. В рамках тестовых просмотров «зрителю предлагают кратко сформулировать сюжет (в той форме, в которой он бы описал его своим друзьям), перечислить самые сильные и самые слабые сцены ленты, дать оценки персонажам, сюжету, темпу, экшену, музыке, финалу и т. д. Также предлагается объяснить, какой

персонаж зрителю понравился / не понравился больше всего и почему, обозначить сцены, которые выглядят затянутыми, и уточнить, все ли понятно в сюжете и не оставляет ли он повисших “концов”» [Заяц 2015]. Основные вопросы, которые включаются в любой чек-лист: «Как вы оцениваете фильм?» (от excellent/отлично до poor/неудовлетворительно) и «Будете ли вы рекомендовать фильм своим друзьям?». Важно понимать, что рейтинг фильма, формирующийся по результатам тестовых просмотров, будет зависеть также от жанра: фильм ужасов будет априори иметь более низкий рейтинг, который объясняется не низким качеством фильма, а тем фактом, что фильмы ужасов многие зрители просто не любят как жанр [Sandberg 2019]. В результате уже готовые к релизу фильмы приходится серьезно редактировать, переснимать финалы, оставлять в живых любимых героев или злодеев, перерабатывать отдельные сценарные арки и так далее. Тем не менее в Голливуде практика тестовых показов очень распространена: в 2021 году 90 % из 130 голливудских блокбастеров прошли процедуру тестового показа, причем, некоторые фильмы участвовали в тестовых показах по 10–15 раз [Barber 2022].

Современные тестовые просмотры проводятся не только в режиме офлайн в помещениях кинотеатров, но и онлайн с применением специализированных платформ. Отдельные компании экспериментируют с применением искусственного интеллекта и систем компьютерного зрения для анализа зрительских реакций [Do the Right Films 2021]. Сбор всевозможной обратной связи от зрителей на тестовых показах создает «цепочки обратной связи между авторами, текстами и зрителями» [Jacobs 2025: 160]. В процессе просмотра фильма в рамках тестового показа зрители понимают смыслы, заложенные в просматриваемый фильм, основываясь на понимании того, как автор фильма коммуницирует с ними через аудиовизуальный нарратив. Зритель начинает чувствовать себя не только потребителем, но и соавтором аудиовизуального произведения, «испытывает ощущение собственности по отношению к окончательному продукту,

выискивая свой вклад и проверяя фильм на соответствие своим ожиданиям…» [Там же. С. 161].

К сожалению, официальной информации об организации тестовых просмотров фильмов, снабженных аудиовизуальным переводом, обнаружить не удалось, однако в Руководстве по организации тестовых просмотров итальянской компании Mercato Internazionale Audiovizo указано, что подобного рода просмотры проводятся, и фильмы должны быть снабжены субтитрами на английском языке [MIA 2025: 3]. В основном такого рода показы применяются в исследовательской практике для изучения специфики восприятия иноязычного аудиовизуального произведения реципиентами – носителями языка перевода (см., например, [Gambier 2019]). Из личных бесед со специалистами в области озвучивания и локализации следует, что подобного рода тестовые просмотры организовываются для переводных иностранных фильмов, которые претендуют на статус блокбастера, и строятся по той же схеме, что и обычные тестовые просмотры, с учетом того факта, что оценивается уже не столько сам фильм, сколько его перевод с точки зрения понятности, благозвучия и прагматического воздействия на реципиента. Таким образом, материалы тестовых просмотров являются одним из наиболее привычных и широко применяемых способов получения обратной связи от реципиентов как в ситуации просмотра аудиовизуального произведения на языке оригинала, так и в коммуникативной ситуации, в которой использован аудиовизуальный перевод.

3. Асинхронные пользовательские комментарии.

Асинхронные пользовательские комментарии на видеоплатформах, таких как YouTube, IMDb VK Видео, «Кинопоиск» и т. п., а также на платформах онлайн-кинотеатров представляют собой важный источник непреднамеренной непосредственной обратной связи от зрителей в коммуникативной ситуации АВП. Помимо оценки качества перевода, включая семантическую точность и понятность субтитров или дублированного перевода, они отражают естественные реакции аудитории,

фиксируя эмоциональный отклик, культурные ожидания и коммуникативные пробелы в реальной ситуации восприятия просмотренного контента.

Как показывают исследования [Wu, Chen 2022], спонтанные пользовательские комментарии функционируют как двусторонний канал в коммуникативной ситуации АВП, где зрители не только оценивают перевод, но и активно участвуют в диалоге с переводчиком и платформой. Корпусный анализ пользовательских комментариев зрителей, размещенных на англоязычном канале киноконцерна «Мосфильм», показал, что из 486 содержательных комментариев к фильму «Служебный роман», снабженному английскими субтитрами, 121 комментарий (26 %) посвящен реакции на перевод. Корпусный анализ коллокаций, N-грамм и семантических кластеров, выполненный при помощи специализированной компьютерной программы AntConc, позволили выявить шесть тематических областей, связанных с восприятием аудиовизуального перевода зрителем (в данной ситуации – перевода субтитров) и содержанием комментариев как источников обратной связи:

1) благодарность за наличие субтитров и возможность посмотреть иноязычное аудиовизуальное произведение, не зная языка оригинала;

2) просьбы снабдить фильм субтитрами на других языках в тех случаях, когда пользователи не владели английским языком;

3) просьбы снабдить субтитрами другие фильмы киностудии «Мосфильм», которые не были субтитрированы;

4) качество субтитров, которое пользователь видеоплатформы оценивает в категориях хорошее (все понятно) / плохое (ошибки, искажение узуса);

5) эмоциональные реакции на субтитры: радость, разочарование, удивление;

6) проактивное потребление, когда пользователи в комментариях предлагали свои услуги по созданию субтитров, превращаясь из пассивных в активных участников коммуникативной ситуации.

В отличие от структурированных чек-листов, применяемых в ходе тестовых просмотров, асинхронные комментарии отражают спонтанную, ненаправляемую извне реакцию участников коммуникативной ситуации АВП, позволяя оценить силу и специфику коммуникативного воздействия АВП на зрительскую аудиторию. Такая непреднамеренная и опосредованная обратная связь может стать ценным источником информации об удовлетворенности реципиента качеством предоставляемого перевода и позволит скорректировать применяемые стратегии и тактики перевода.

4. Синхронные пользовательские комментарии.

Данму или данмаку (danmu, danmaku) – явление, находящееся на пике популярности в Китае и Японии и обозначающее особую форму комментариев, генерируемых пользователями в реальном времени и накладываемых на видеоконтент. Такие тексты не являются частью видеоконтента, они отражают эмоциональные и когнитивные реакции зрителей, возникающие во время просмотра видео и транслируемые в режиме реального времени на экране компьютера или смартфона [Lu, Liang, Lu 2025: 1]. Данму представляет собой комментарии, накладываемые поверх изображения, выводимого на экран, и прокручивающиеся сплошным потоком справа налево, в некоторых случаях полностью перекрывая изображение на экране. Комментарии транслируются в режиме реального времени, что позволяет повысить уровень взаимодействия между зрителем и видеоконтентом, зрителем и автором [Цзинь 2021]. В результате пассивный индивидуальный просмотр видео превращается в коллективный опыт, обеспечивая обратную связь как производителям видеоконтента, так и зрителям, вовлеченным в процесс коммуникации. Интересно, что многие зрители обращаются к такой форме коллективного просмотра не столько ради видеоконтента, сколько ради коммуникации посредством данму, что соответствует трансакционному типу модели коммуникации.

Необходимо отметить, что в качестве комментариев зрители могут давать пояснения к ситуациям, разворачивающимся на экране, выполнять

перевод отдельных фрагментов или целого текста, транслируемого на иностранных языках, оставлять свои комментарии к уже существующему переводу, выводимому на экран в форме интерлингвальных субтитров, сообщать собственное отношение как к самому аудиовизуальному произведению, так и к реакциям других реципиентов. Результаты исследований, проведенных С. Массиддой, показывают, что синхронные комментарии, сгенерированные пользователями аудиовизуального произведения, представляют собой «контекстуализированные реакции» на сцены, воспроизводимые на том же языке, что и видео, или, если контент снабжен субтитрами, на языке субтитров, созданных, как правило, фанатами. «Как мультимодальные процессы обе системы – фансабы и данму – представляют собой своего рода взаимодействие между диалогом и семиотическими слоями, формирующими весь аудиовизуальный опыт» [Massidda 2025: 16]. Важно отметить, что так же как и аудиовизуальный текст, данму имеют мультимодальную природу: помимо вербальных субмодусов, пользователи активно используют невербальные субмодусы: графические элементы (стрелки, японские эмотиконы каомодзи), специальные символы и ASCII-графику (изображения, созданные при помощи символов ASCII), а также разные цвета и размеры шрифта, которые отражают отношение зрителя к происходящему на экране [Yin, Jia, Lu 2025: 117].

В случае просмотра аудиовизуальных произведений на иностранных языках, зрители используют дамну не только для создания перевода иноязычного контента на родной язык, но и в целях выражения критического отношения к результатам перевода коллег. Х. Диас Синтас и Ш. Лианг [Liang, Díaz-Cintas 2025: 42–43] описывают интересный кейс, в котором обратная связь от зрителей способствовала внесению правок в перевод по инициативе дистрибьюторов контента. При просмотре англоязычного документального фильма «Великий поэт Ду Фу», снабженного китайскими субтитрами, содержащими стихи на языке оригинала, зрители посредством

данму начали предлагать свои варианты подстрочного перевода англоязычной версии стихов, чтобы зрители, не владеющими английским языком, могли оценить качество перевода. На данную тенденцию обратили внимание представители видеохостинга Bilibili и усовершенствовали переводную версию фильма, добавив подстрочник к имеющимся субтитрам. Впоследствии среди зрителей разгорелась настоящая дискуссия в формате дамну о качестве перевода стихов Ду Фу на английский язык.

Таким образом, развитие технологий Web 2.0 позволяют реципиентам полностью погрузиться в коммуникативный процесс и в качестве получателей, и в качестве источников сообщений. Такого рода коллективный коммуникативный опыт в ситуации, модерируемой при помощи АВП и вовлекающей в себя всех участников коммуникативного акта, позволяет говорить уже не столько о линейном процессе «создание аудиовизуального произведения – трансляция – получение и интерпретация», а о коммуникативной ситуации как акте сотворчества, в котором принимают активное участие все актанты, которые находятся как внутри коммуникативной ситуации, так и за ее пределами. Феномен данму представляет собой совершенно новый паттерн коммуникации с использованием АВП, который еще предстоит изучить и осмыслить.

5. Вовлечение зрителей в конструирование вселенной аудиовизуального произведения.

Это еще один тип непреднамеренной опосредованной обратной связи, при которой аудитория активно расширяет свое понимание аудиовизуального произведения и активно модифицирует вселенную этого произведения путем создания фанатского контента: косплея, фанфикшн, фандомов и т. п. Некоторые крупные производители аудиовизуального контента, например BBC, проводят конкурсы на лучший фанатский сценарий, а победители конкурса получают уникальную возможность – по их сценарию снимается один из эпизодов следующего сезона. Такого рода обратная связь полностью погружает всех участников коммуникативной

ситуации в процесс коммуникации, который приобретает новые формы сотворчества, активного потребления и культуры участия. В данном случае довольно сложно провести параллели с АВП, поэтому данный организационный тип обратной связи в исследовании коммуникативных ситуаций АВП рассматриваться не будет.

Исследователи АВП также отмечают, что фокус внимания постепенно сменяется с изучения отдельно взятых аудиовизуальных произведений на исследование специфики коммуникативной ситуации, в которой данный перевод осуществляется, воспринимается и интерпретируется. Причем отмечается важность включения в эту ситуацию не только переводчика и зрителя, но и инициатора перевода. Все чаще исследователи АВП говорят о наличии maker-user gap, то есть разрыва между производителями контента и его получателями, находящимися в противоположных частях спектра создания и производства аудиовизуального контента [Greco 2018: 212]. П. Ромеро-Фреско также обращает внимание на следующий факт: в парадигмах «перевод-функция» и «перевод-коммуникация» те, кто создает аудиовизуальное произведение, то есть инициаторы перевода, и те, кто его переводит, то есть исполнители, никак не связаны между собой. Производители контента не контролируют результат перевода и, соответственно, не владеют информацией о том, как результаты их труда воспринимаются иностранными аудиториями и аудиториями с особыми когнитивными потребностями (нарушениями зрения и слуха) [Romero-Fresco 2019]. В результате целью выбора оптимального исследовательского подхода в области АВП должно стать возведение мостов на месте разрывов: «коллективный автор (производитель контента) – переводчик (команда локализаторов) – реципиент (зритель)». Такого рода задачу, как показывает анализ моделей коммуникации и организационных типов обратной связи, можно решить посредством применения коммуникативно-функционального подхода.

2.2.4.3. Базовые положения коммуникативно-функционального подхода к аудиовизуальному переводу

Рассуждения, приведенные выше, доказывают, что АВП имеет право рассматриваться как процесс коммуникации, в рамках которого актанты вступают в различные виды взаимоотношений, обусловленных спецификой диегезиса аудиовизуального произведения, характеристиками целевой зрительской аудитории, особенностями его локализации и т. д. Функциональная природа АВП также не вызывает сомнений, так как он связан с непосредственной предметной деятельностью актантов процесса коммуникации с применением АВП. Для подтверждения эффективности использования коммуникативно-функционального подхода в целях создания концепции АВП рассмотрим постулаты, лежащие в основе данного подхода к переводу, сформулированные В. В. Сдобниковым [Сдобников 2015: 41–42] и перечисленные в разделе 2.1, через призму АВП.

1. Перевод осуществляется в определенной коммуникативной ситуации. В соответствии со спецификой организации технологической цепочки (см. раздел 1.3) АВП осуществляется в рамках коммуникативной ситуации, в которой принимают участие как минимум три группы актантов: инициатор (непосредственно производитель контента или его дистрибьютор), исполнитель (как правило, это команда специалистов, которые обеспечивают полную и качественную локализацию аудиовизуального контента на языке перевода) и получатель (потребитель). Задачи, которые решают в рамках своей предметной деятельности актанты коммуникативной ситуации АВП, зависят от их непосредственной роли в данном процессе. Перед производителем контента стоит задача создать качественное аудиовизуальное произведение, интересное целевой аудитории, способное увлечь и произвести существенный коммуникативный эффект на потенциального потребителя: вызвать определенные эмоции в зависимости от жанра аудиовизуального произведения, заинтересовать когнитивной информацией, втянуть во вселенную продукта в случае сериальных

произведений и трансмедийных проектов. Достижение всех указанных выше целей способствует коммерческой успешности проекта. Иногда производитель не преследует коммерческих интересов и использует собственный продукт в целях самовыражения (в особенности если речь идет об авторском кино). В любом случае процесс создания аудиовизуального произведения настолько сложен в плане трудовых, интеллектуальных и финансовых затрат, что цель производителя, которая состоит в том, чтобы создать такой контент, который будет продаваться и позволит окупить затраты на свое создание, а в оптимальной ситуации – получить значительную прибыль, совершенно оправдана. Перед дистрибьютером контента (если он не является производителем) стоит задача эффективно простроить рекламную кампанию, чтобы извлечь из проката аудиовизуального контента максимальную прибыль. В задачи команды локализаторов, включающей переводчика, входит максимально качественная локализация контента на языке принимающей культуры с учетом специфики целевой аудитории, традиций локализации аудиовизуальных произведений, любых экстралингвистических и семиотических факторов, которые могут позитивно или негативно повлиять на то впечатление, которое аудиовизуальное произведение может потенциально оказать на реципиента. Таким образом, в процессе перевода задается вектор успешности аудиовизуального произведения у потребителей, принадлежащих к культуре языка перевода. Предметная деятельность реципиента – получать эмоциональное, эстетическое и когнитивное удовольствие от потребления аудиовизуального произведения. Причем, как следует из раздела 2.4.4.2, реципиент аудиовизуального произведения имеет возможность установления обратной связи с другими актантами процесса коммуникации, а у инициаторов есть возможность воспользоваться этой обратной связью и скорректировать свою предметную деятельность в целях повышения эффективности процесса коммуникации с использованием АВП, так как

результат такой коммуникации зачастую зависит от качества перевода и локализации.

2. Перевод есть деятельность, осуществляемая с определенной целью. АВП имеет совершенно конкретную цель – пересоздать на языке перевода аудиовизуальное произведение таким образом, чтобы обеспечить реципиенту комфортное потребление. Субтитры должны читаться легко, удобно и быть понятными с первого прочтения, дублированный перевод не должен создавать диссонанса между мимикой актеров и произносимым актером дубляжа текстом, аудиодескрипция должна давать полное представление о том, что происходит на экране, но не перекрывать основные реплики персонажей. Самое главное – переводное аудиовизуальное произведение должно создавать коммуникативный эффект, который намеревался создать производитель контента с поправкой на экстралингвистические аспекты принимающей культуры и специфику восприятия аудиовизуального текста различными категориями реципиентов.

3. Цель осуществления перевода определяется инициатором перевода для решения его собственных задач. Цель АВП, указанная в пункте 2, полностью согласуется с целями производителя и дистрибьютора контента. Если потребитель доволен просмотром фильма или игровым опытом и получил от аудиовизуального произведения именно те эмоции, которые ожидал, существует большая вероятность, что он или она порекомендует данное аудиовизуальное произведение к просмотру, оставит положительный отзыв на видеоплатформах или в социальных сетях, что поднимет рейтинги и принесет прибыль дистрибьютору и производителю контента. В случае успешной локализации трансмедийного проекта существует большая вероятность, что сработают все механизмы, заложенные в данный проект его производителем: погружение, извлекаемость, распространяемость, углубление и т. п. Таким образом, от качества АВП и локализации зависит судьба аудиовизуального произведения в принимающей культуре.

4. Личность инициатора перевода не всегда совпадает с личностью получателя перевода. Личность инициатора АВП в 99 % случаев не совпадает с личностью его получателя. Чисто теоретически можно предположить, что инициатор аудиовизуального перевода станет единственным его получателем, но с точки зрения индустрии перевода и локализации такая ситуация маловероятна. Все-таки инициатор АВП работает исключительно на свою целевую аудиторию и на удовлетворение ее когнитивных, эмоциональных и эстетических потребностей.

5. Цель осуществления перевода определяется спецификой той коммуникативной ситуации, в которой осуществляется перевод. Специфика выполнения АВП и способ локализации переводимого аудиовизуального контента могут зависеть от большого количества факторов: характера переводимого материала, особенностей целевой аудитории, культурологических, исторических, социальных и прочих факторов. Формат переводимого аудиовизуального произведения (игровое кино и телефильмы, документальный, образовательный и рекламный контент, анимационные программы, интерактивный контент и т. п.) диктует выбор стратегий и тактик АВП, так как от формата зависит специфика содержания аудиовизуального произведения, доминирующие модусы и субмодусы, выбор целевой аудитории и т. д. Выбор способа локализации также будет обусловлен исторической спецификой развития АВП на отдельно взятой территории и предпочтениями целевой аудитории. Подробнее типология различных коммуникативных ситуаций с использованием АВП будет рассмотрена в Главе 3.

6. Функция текста перевода в принимающей культуре совпадает с функцией текста оригинала в исходной культуре, однако для создания возможности демонстрации аудиовизуального произведения для целевой аудитории принимающей культуры при переводе необходимо учитывать довольно большое количество экстралингвистических факторов: специфику восприятия аудиовизуальных произведений зрителями – носителями

принимающей культуры, требования этических норм и специфику цензурирования такого рода контента, особенности существующих переводов данного аудиовизуального произведения и т. д. В случае нарушения конвенций АВП, принятых в принимающей культуре, ожидания получателей переводного аудиовизуального произведения могут не оправдаться, что повлечет за собой нарушение основного требования АВП – обеспечения комфортного потребления.

7. Совпадение или несовпадение коммуникативного эффекта, который оказывают оригинальное и переводное аудиовизуальное произведение на зрителя, напрямую зависят как от качества перевода, так и от факторов, указанных в предыдущем пункте. Причем на создание эффекта когнитивного диссонанса и невозможность создания желаемого коммуникативного эффекта могут влиять любые модусы аудиовизуального текста. Довольно частый пример такого сбоя в коммуникации – несовпадение голоса в дублированном переводе с привычным голосом актера, регулярно дублирующего конкретного иностранного актера или актрису в различных аудиовизуальных произведениях. С одной стороны, может показаться, что озвучивание аудиовизуального произведения не входит в компетенцию переводчика. С другой стороны, выше говорилось о том, что работы на этапе медиации между культурами оригинала и перевода осуществляются группой специалистов, поэтому зрители в качестве перевода всегда получают результат командной работы, что необходимо учитывать в конкретной коммуникативной ситуации АВП.

8. Достижение цели перевода обеспечивается использованием определенной стратегии перевода из числа возможных. От типа коммуникативной ситуации АВП напрямую зависят и те стратегии и тактики перевода, которые выбирает команда локализации. На выбор стратегии оказывают влияние все факторы, перечисленные выше. Более подробно отдельные стратегии АВП будут рассмотрены в Главе 4.

Таким образом, можно констатировать, что АВП должен рассматриваться в рамках коммуникативной ситуации, а процесс и результат АВП напрямую зависят от отдельных значимых параметров такой коммуникативной ситуации. В итоге профессиональное поведение переводчика аудиовизуальных произведений определяется спецификой одного из видов коммуникативной ситуации АВП и конечной цели – обеспечения комфортного потребления аудиовизуального произведения зрителем, что является основанием для применения в качестве методологической основы для создания концепции АВП коммуникативно-функционального подхода.

2.3. Коммуникативная ситуация аудиовизуального перевода

Как уже неоднократно упоминалось, АВП осуществляется в рамках определенной коммуникативной ситуации, которая детерминируется отдельными факторами, влияющими на выбор стратегии перевода, отбор тактик перевода и на тот коммуникативный эффект, который перевод оказывает на своих реципиентов – потребителей аудиовизуальных произведений. В данном разделе будет рассмотрена специфика коммуникативной ситуации перевода при АВП (далее – КСАВП), а также определены ее основные параметры.

Говоря о параметрах моноязычной коммуникативной ситуации, Т. ван Дейк [Dijk 2008: 76] выделяет следующие категории:

1. Сеттинг: время / временной отрезок, пространство/место/условия осуществления коммуникативной ситуации.
2. Участники (субъект, другие):

– коммуникативные роли (структура участия в коммуникации);

– социальные роли и идентичность;

– тип взаимоотношений между участниками коммуникации;

– общие для участников коммуникации социальные знания и верования;

– намерения и цели.

3. Коммуникативные и иные действия и события.

Таким образом, элементы коммуникативной ситуации, выделенные Т. ван Дейком, позволяют предположить, каким образом участники коммуникации взаимодействуют друг с другом с учетом собственных социальных ролей, намерений и целей коммуникации, которые позволяют коммуникантам создавать собственные интерпретации экстралингвистических аспектов коммуникативной ситуации и отражать их в процессе генерации и репрезентации собственных смыслов. Наличие подобной модели структуры коммуникативной ситуации в сознании коммуникантов и совпадение интерпретаций способствует возникновению понимания и является гарантом полной или частичной успешности коммуникативного акта.

А. О. Столярова, придерживается аналогичного мнения, утверждая, что коммуникативная ситуация – это «демонстрация отношений между объектами действительности; отрезок жизни, в котором под влиянием экстралингвистических факторов осуществляется процесс симбиоза речевой и предметной деятельности субъекта, в результате которого производится финальный продукт – речевое сообщение» [Столярова 2020: 122]. Коммуникативная ситуация включает следующие элементы:

1. Коммуниканты – минимум два актанта, один из которых порождает и передает сообщение, а другой его принимает и воспринимает.

2. Отношения между коммуникантами. Специфика взаимодействия между коммуникантами обусловливает взаимоотношения, которые между ними устанавливаются, на основании личных целей, мотивов и ценностных установок.

3. Текст как речевое сообщение. Непосредственный элемент коммуникативной ситуации, который способствует/препятствует возникновению взаимопонимания в зависимости от воздействия остальных элементов коммуникативной ситуации.

4. Речевая, то есть коммуникативная, деятельность коммуникантов. К данному элементу А. О. Столярова относит стиль и жанр речи, индивидуальные речефизиологические особенности и идиостиль, регистр, форму коммуникации (устная/письменная, монологическая/диалогическая), языковую грамотность, особенности языка, на которых протекает процесс коммуникации.

5. Внеречевая деятельность коммуникантов, то есть вся иная деятельность, сопровождающая процесс коммуникации.

6. Внешние компоненты внеречевой деятельности коммуникантов, то есть специфика предметной деятельности коммуникантов, обстановка, национально-культурная специфика взаимодействия коммуникантов и т. п.

В соответствии с информацией, указанной в «Словаре терминов межкультурной коммуникации», структура коммуникативной ситуации включает следующие категории: «1) участники (адресант говорящий, адресат слушающий); 2) время; 3) место общения; 4) событие/факт; 5) отношения между адресантом и адресатом; 6) тональность общения (официальная/нейтральная/дружеская); 7) цель; 8) средство общения (язык, паралингвистические и невербальные средства и др.; 9) способ общения (устный/письменный, контактный/дистантный)» [Жукова 2013]. Таким образом, в соответствии со всеми приведенными точками зрения можно сделать вывод, что основополагающими факторами, определяющими специфику актуализации коммуникативной ситуации, выступают хронотоп (совокупность места и действия), участники коммуникации, отношения между участниками коммуникации, цель, средства и способ общения, а также экстралингвистические факторы, включая предметную деятельность коммуникантов. Все эти элементы выступают в тесной взаимосвязи, и влияние каждого отдельного элемента может отразиться на степени успешности акта коммуникации в рамках отдельно взятой коммуникативной ситуации.

Совпадает ли структура одноязычной коммуникативной ситуации, описанная выше, со структурой двуязычной или мультиязычной коммуникативной ситуации, модерируемой посредством перевода? Как справедливо отмечает В. В. Сдобников, коммуникативная ситуация с использованием перевода (далее – КСП) имеет более сложную структуру и разбивается на три ситуации общения:

1) коммуникативная ситуация общения между отправителем исходного текста и его получателем, то есть ситуация общения в рамках одного языка;

2) коммуникативная ситуация общения между отправителем исходного текста и переводчиком, то есть промежуточная коммуникативная ситуация, которая обусловлена спецификой общения с использованием перевода;

3) коммуникативная ситуация общения между переводчиком и получателем текста перевода, то есть результирующая коммуникативная ситуация переводческого акта [Сдобников 2015: 56]. Необходимо отметить, что АВП может предполагать и четвертую коммуникативную ситуацию: ситуацию общения между получателем перевода и отправителем исходного текста, которая может возникать в рамках предоставления преднамеренной или непреднамеренной обратной связи. Схема акта двуязычной коммуникации, предложенная В. В. Сдобниковым, приведена на рисунке 2.2.

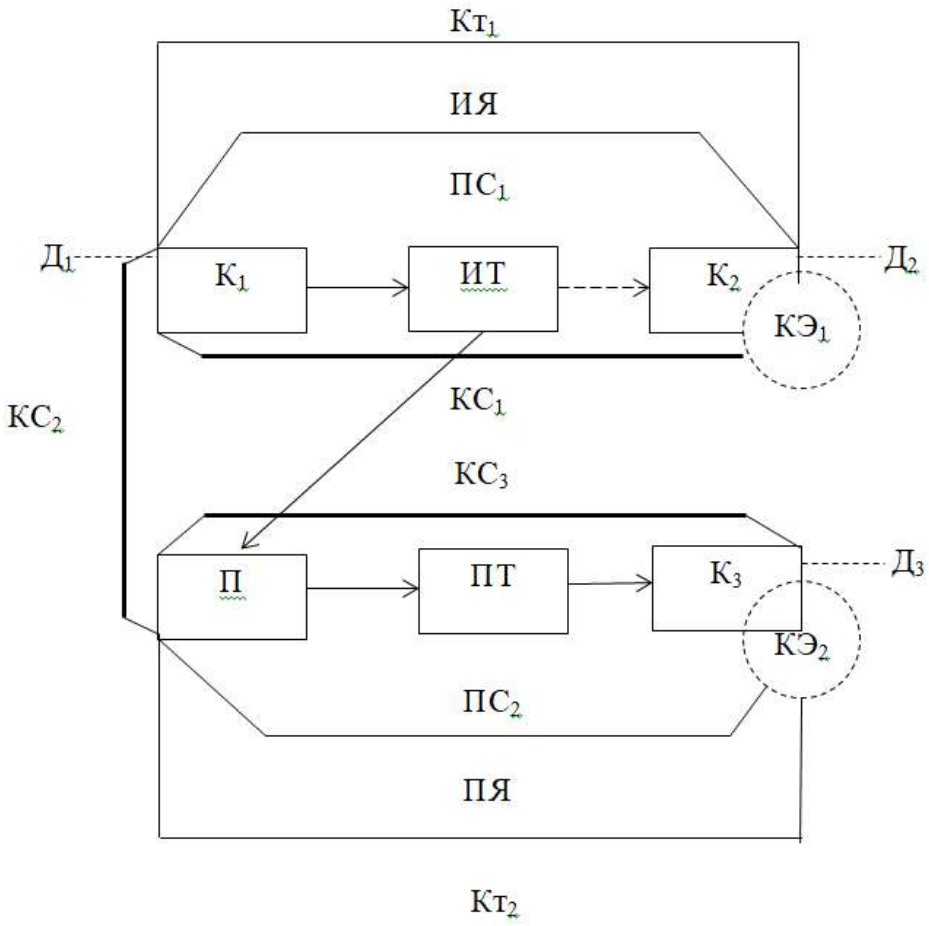

Рисунок 2.2. Схема акта двуязычной коммуникации

[Сдобников 2015: 57]

В соответствии с представленной схемой в рамках ситуации возможной коммуникации между отправителем исходного сообщения и получателем исходного сообщения ($КС_1$) отправитель исходного сообщения ($К_1$), являющийся представителем исходной культуры ($Кт_1$), в рамках своей предметной деятельности ($Д_1$) генерирует текст (ИТ) на языке оригинала (ИЯ), который предназначен для возможного получателя исходного сообщения ($К_2$), которому данный текст необходим для осуществления своей предметной деятельности ($Д_2$). В случае успешной коммуникации ИТ оказывает на $К_2$ определенный коммуникативный эффект ($КЭ_1$). Ситуация коммуникации между $К_1$ и $К_2$ описывается как возможная, так как известны КСП, в которых текст оригинала предназначается исключительно для целей перевода.

В ситуации коммуникации между отправителем исходного сообщения и перевода ($КС_2$) переводчик (П) получает ИТ, подвергает его обработке с учетом специфики КСП и вступает в ситуацию коммуникации между переводчиком и получателем перевода ($КС_3$). П передает ПТ на языке перевода (ПЯ) получателю перевода ($К_3$), который осуществляет свою предметную деятельность ($Д_3$) в рамках принимающей культуры ($Кт_2$). В случае успешной коммуникации ПТ оказывает на $К_3$ коммуникативный эффект ($КЭ_2$), который не обязательно будет совпадать с возможным $КЭ_1$.

Данная схема, как и любая другая схема процесса перевода, представляет собой модель идеальной коммуникации с использованием перевода, так как не учитывает специфики каждой конкретной КСП. Несмотря на это можно сделать вывод, что КСП, пусть и являясь комплексной составной коммуникативной ситуацией, включающей в себя несколько этапных коммуникативных ситуаций, содержит в себе все интегральные элементы коммуникативной ситуации в широком смысле этого слова, хотя и с поправкой на специфику организации акта коммуникации с применением перевода. КСП осуществляется в конкретном хронотопе, в ней принимает участие определенное количество актантов (минимум трое: отправитель исходного сообщения, переводчик и получатель перевода), между которыми устанавливаются или заранее заданы определенные взаимоотношения, каждый из коммуникантов занимается конкретным типом предметной деятельности, а на процесс коммуникации непосредственно влияет совокупность экстралингвистических факторов, включающих и этнокультурные различия получателей сообщения на языке оригинала и языке перевода. В этой связи представляется возможным сформулировать параметры КСП, которые В. В. Сдобников подразделяет на первичные и вторичные:

1. Первичные параметры КСП:

– роль инициатора перевода в КСП,

– цель перевода,

– характер отношений между субъектами коммуникации,

– условия осуществления неречевой деятельности субъектов коммуникации.

2. Вторичные параметры КСП:

– контакт коммуникантов,

– форма контакта,

– расположение коммуникантов [Сдобников 2015: 72].

Естественно, что КСП, отраженная в указанных выше параметрах, также представляет собой универсальную модель, довольно условное отображение акта межъязыковой коммуникации, так как не учитывает уникальных условий, которые могут сложиться в процессе формулирования цели перевода, передачи текста оригинала от инициатора перевода непосредственно переводчику в сопровождении конкретных требований к результату переводческой деятельности, а также в процессе восприятия перевода реципиентом. Тем не менее, следуя традиции исследований в рамках коммуникативно-функционального подхода, рассмотрим унифицированную схему акта межъязыковой коммуникации в случае АВП (см. рис. 2.3).

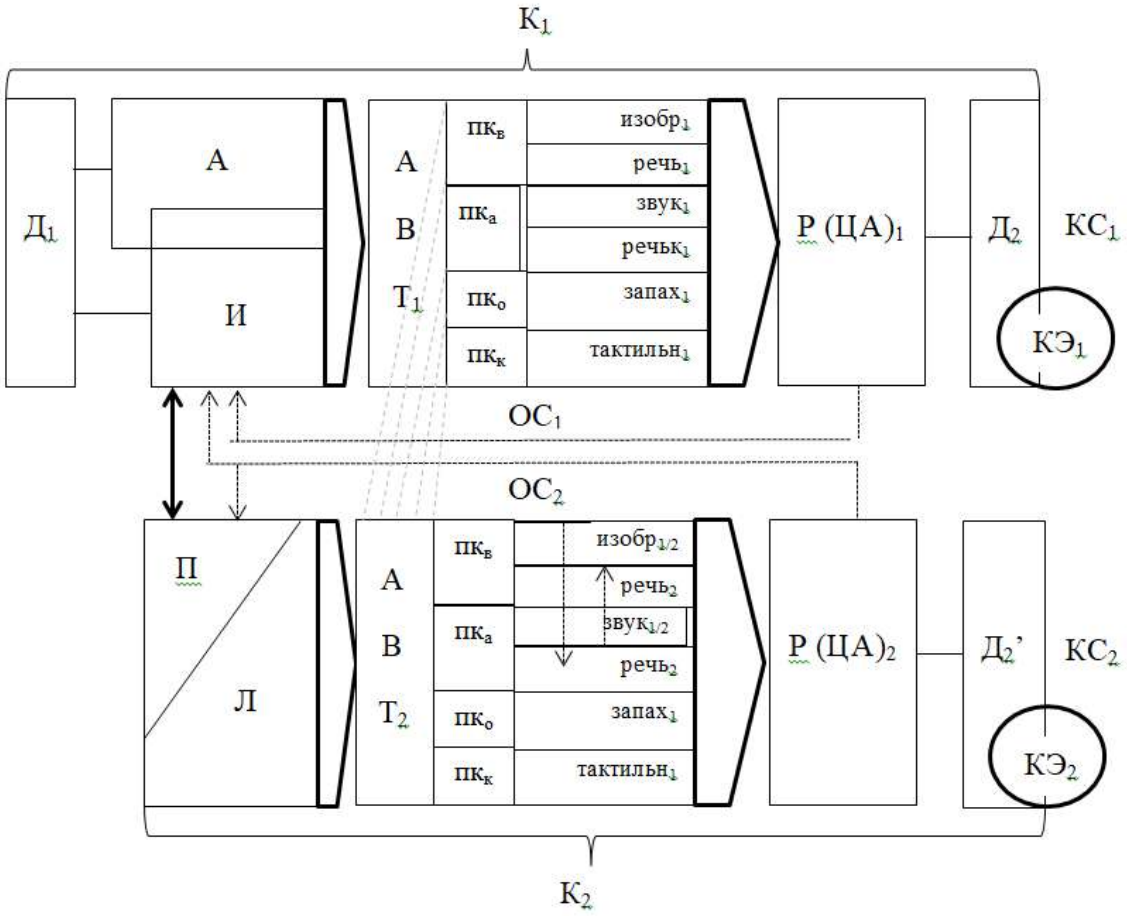

Рисунок 2.3. Коммуникативная ситуация аудиовизуального перевода

КСАВП состоит из двух коммуникативных ситуаций, где первая коммуникативная ситуация ($КС_1$) – это ситуация одноязычного общения посредством аудиовизуального текста ($АВТ_1$), которая происходит в условиях культуры оригинала ($К_1$). В рамках своей предметной деятельности ($Д_1$) автор (А), подключая различные перцептивные каналы: визуальный ($пк_в$), аудиальный ($пк_а$), ольфакторный ($пк_о$) и кинестетический ($пк_к$), создает и транслирует реципиенту – представителю целевой аудитории языка оригинала ($Р\ (ЦА)_1$) результат своей предметной деятельности. Трансляция смыслов $АВТ_1$ осуществляется посредством ключевых модусов: изображения, речи, звука, запаха и тактильных ощущений. Важно отметить, что традиционными ключевыми модусами являются первые три. Запах и тактильные ощущения требуют дополнительного технического оснащения места просмотра

аудиовизуального произведения и используются заметно реже, чем речь, изображение и звук (под последним понимаются невербальные аудиальные семиотические коды). В результате своей деятельности по просмотру аудиовизуального произведения ($Д_2$) реципиент подвергается воздействию соответствующего коммуникативного эффекта ($КЭ_1$) и получает возможность осуществить обратную связь ($ОС_1$) с автором текста: непосредственно, написав комментарии или рецензию в сети Интернет, или опосредованно, купив продукцию, относящуюся к аудиовизуальному произведению, вступив в фанатское сообщество, приняв участие в конкурсе на лучший сценарий в случае сериального аудиовизуального произведения, создав фанфик (собственное произведения по мотивам полюбившегося аудиовизуального произведения), фанарт (произведение живописи, скульптуры и т. п., изображающее героев аудиовизуального произведения) и т. д.

Когда производится переход ко второй коммуникативной ситуации с использованием перевода ($КС_2$), которая происходит в рамках культуры языка перевода ($К_2$), команда локализации, неотъемлемой частью которой является переводчик или группа переводчиков (П/Л), получают от инициатора перевода (И) переводческое задание по локализации исходного $АВТ_1$. Как уже отмечалось, инициатор перевода может являться одновременно и представителем коллективного автора (например, OTT-платформа Netflix, которая занимается и производством, и дистрибуцией аудиовизуального контента), либо осуществлять исключительно дистрибьюторские функции, не являясь автором аудиовизуального произведения. В рамках процесса согласования перевода переводчики и команда локализации, как правило, поддерживают обратную связь с инициатором, получая необходимые материалы и инструкции, согласовывая отдельные переводческие решения; в некоторых случаях инициатор выступает одновременно стороной, оценивающей качество перевода контента. Переводной аудиовизуальный текст ($АВТ_2$) создается группой специалистов по переводу и локализации в процессе командной работы. При

создании этого текста задействованы те же перцептивные каналы, но ключевые модусы подвергаются изменениям. Однозначно, как и при любом виде перевода, производится изменение вербального кода, транслирующегося как посредством визуального, так и аудиального каналов. Этот аспект напрямую зависит от типа локализации. В случае создания субтитров аудиальный вербальный субмодус ($пк_а$-$речь_1$) транслируется посредством визуального вербального модуса ($пк_в$-$речь_2$), в случае озвучивания значимых надписей на языке оригинала ($пк_в$-$речь_1$) визуальный вербальный модус транслируется посредством аудиального вербального модуса ($пк_а$-$речь_2$). Таким образом, тип локализации становится существенным фактором, определяющим профессиональное поведение переводчика. Важно отметить, что в зависимости от глубины локализации аудиовизуального произведения, изменениям могут подвергаться не только вербальные модусы, но и модусы иной природы: меняются изображения, накладываются иные звуковые эффекты или заменяются музыкальные произведения и т. п.

Несмотря на то, что вид предметной деятельности ($Д_2$) аудитории языка оригинала ($Р\,(ЦА)_1$) теоретически совпадает с видом предметной деятельности ($Д_2$') аудитории языка перевода ($Р\,(ЦА)_2$), коммуникативный эффект ($КЭ_2$), оказываемый на $Р\,(ЦА)_2$, может в некоторых случаях отличаться от $КЭ_1$, что обусловлено экстралингвистическими факторами различной природы. На основании комплексного воздействия посредством совокупности отдельных ключевых модусов представители $Р\,(ЦА)_2$ также осуществляют обратную связь с инициатором/автором оригинального аудиовизуального произведения. Более того, посредством фанатских групп, социальных сетей и специализированных сайтов переводчики и локализаторы также могут получить обратную связь от зрителей аудиовизуального произведения на языке перевода ($ОС_2$), причем довольно часто эта обратная связь представляет собой критику перевода.

Таким образом, КСАВП представляет собой динамическое образование, совокупность условий и факторов процесса межъязыковой и интерсемиотической коммуникации, опосредованной комплексом ключевых модусов, актуализируемых посредством различных перцептивных каналов, в процессе которой создается, локализуется и транслируется целевой продукт – аудиовизуальный текст, производящий коммуникативный эффект на получателя и инициирующий непосредственную и опосредованную обратную связь. Фрагмент действительности, в котором данная коммуникативная ситуация реализуется, и сущность предметной деятельности коммуникантов существенно не зависят от специфики исходной и целевой культур, однако процесс трансформации аудиовизуального текста и коммуникативный эффект, оказываемый на представителей целевой аудитории, непосредственно обусловлены отдельными параметрами КСАВП, которые буду рассмотрены ниже в рамках анализа параметрической структуры КСАВП.

По большому счету, элементы параметрической структуры КСАВП не будут существенно отличаться от параметров КСП, сформулированных В. В. Сдобниковым, однако специфика аудиовизуального текста как объекта перевода и особые требования, предъявляемые инициатором перевода к результату АВП, требуют некоторого уточнения этих параметров:

1. Первичные параметры КСАВП:

– роль инициатора перевода в КСАВП. Как видно из схемы КСАВП, инициатор перевода может быть одновременно и автором исходного аудиовизуального произведения, что накладывает на переводчика (под переводчиком далее будем иметь в виду обобщенный образ команды локализации аудиовизуального проекта) определенные обязательства по организации обратной связи с автором аудиовизуального произведения для корректировки отдельных переводческих решений;

– цель перевода. Как уже говорилось выше, основная цель АВП, независимо от типа переводимого материала и типа его локализации, –

обеспечение комфортного потребления аудиовизуального продукта. Но в зависимости от специфики переводимого материала и целевой аудитории перевода цель может корректироваться и уточняться, на что необходимо обращать внимание перед началом процесса АВП и локализации;

– целевая аудитория АВП. Этот параметр становится исключительно важным, так как в зависимости от специфики целевой аудитории и восприятия аудиовизуального произведения выбирается тот или иной тип локализации. В особенности это важно в тех случаях, когда актантами КСАВП становятся зрители с особыми когнитивными потребностями;

– тип локализации аудиовизуального произведения. Данный параметр в принципе является важным при выборе стратегии, тактики перевода и отдельных переводческих решений. Технические требования, предъявляемые к качеству субтитров, дублированного перевода, закадрового озвучивания или аудиодескрипции, существенно расширяют диапазон выбора тактик и переводческих решений, так как готовые привычные решения могут не соответствовать специфике локализации аудиовизуального произведения;

– характер отношений между коммуникантами. Данный параметр является косвенным, так как за исключением редких случаев синхронного АВП на кинофестивалях, переводчик и инициатор перевода, а также переводчик и получатель перевода коммуницируют дистантно и опосредовано;

– условия осуществления неречевой деятельности субъектов коммуникации. Это параметр, определяющий профессиональное поведение переводчика. Сюда можно включить многочисленные экстралингвистические факторы, влияющие на реализацию КСАВП: социокультурную специфику; конвенциональные нормы, определяющие цензурные требования к АВП; требования инициатора перевода (заказчика).

2. Вторичные параметры КСАВП:

– контакт коммуникантов. Как уже было указано, в подавляющем большинстве случаев АВП контакт коммуникантов осуществляется опосредовано через полимодальный текст аудиовизуального произведения;

– форма контакта. В большинстве КСАВП форма контакта представляется нерелевантным параметром, так как непосредственного контакта между актантами КСАВП практически не возникает;

– расположение коммуникантов. Традиционно расположение коммуникантов – дистантное;

– наличие обратной связи от получателей перевода. Такого рода обратная связь, особенно преднамеренная, посредством оставления отзывов о переводе на различных интернет-ресурсах, может стать полезным инструментом корректировки переводческой стратегии и исправления переводческих ошибок, возникших в процессе осуществления АВП и локализации.

Таким образом, сформулированные параметры КСАВП позволят рассмотреть специфику различных ситуаций АВП через призму функционально-коммуникативного подхода, с целью их подробного описания и выявления переводческих стратегий и тактик, позволяющих сделать коммуникативный акт АВП успешным и произвести на реципиента АВП необходимый коммуникативный эффект.

Выводы по главе 2

1. В рамках исследования сущности перевода функционируют три основных научных парадигмы, классифицируемые с точки зрения эмпирического подхода: исследования, ориентированные на результат перевода; исследования, ориентированные на процесс перевода и исследования, ориентированные на изучение функции перевода (Дж. Холмс). Коммуникативный подход в переводческих исследованиях исходит из того факта, что все три указанные составляющие переводческой деятельности – функция, процесс и продукт (результат) переводческой деятельности – представляют собой части комплексного целого, и разделение этих частей возможно только из методологических соображений. Таким образом, все три указанных аспекта необходимо рассматривать в состоянии взаимозависимости и взаимовлияния (Г. Тури), а основным элементом, определяющим специфику создания текста перевода, становится его скопос, то есть цель (К. Райс, Х. Фермеер).

2. В рамках коммуникативно-функционального подхода тексты оригинала и перевода рассматриваются как инструменты коммуникации, способствующие достижению целей коммуникантов, обусловленных спецификой их предметной деятельности. Функции таких текстов зависят от специфики коммуникативной ситуации перевода, а критерием качества перевода становится степень успешности предметной деятельности коммуникантов. Таким образом, коммуникативно-функциональный подход предлагает достаточный объем инструментов, позволяющих переводчику прогнозировать свое профессиональное поведение и своевременно его корректировать на пути к достижению цели перевода, которая обусловлена параметрами коммуникативной ситуации.

3. Исследования аудиовизуального перевода производятся в контексте следующих исследовательских парадигм: парадигма «перевод-текст», в рамках которой аудиовизуальные тексты рассматриваются в отрыве

от невербальных модусов полимодального текста; парадигма «перевод-функция», где внимание исследователей сосредоточено на семиотических модусах, функционирующих в аудиовизуальном тексте и являющихся существенными ограничивающими факторами в процессе аудиовизуального перевода; парадигма «перевод-коммуникация», цель которой – выяснить, как процесс перевода влияет на восприятие результата перевода зрителем и оказывает ли перевод тот коммуникативный эффект, на который рассчитывают актанты соответствующей коммуникативной ситуации.

4. Ситуацию создания, перевода и потребления аудиовизуального произведения предлагается рассматривать как коммуникативный процесс: коммуникация осуществляется по принципу трансакционной модели У. Шрамма – как непрерывный циркулярный процесс кодирования, декодирования и интерпретации семиотических модусов и субмодусов, предполагающий возможность сепарации сообщения, как от отравителя, так и от получателя, а получателей аудиовизуального произведения рассматривать не как пассивных, а как активных потребителей, обеспечивающих наличие обратной связи с инициатором коммуникации.

5. Трансакционный характер коммуникации с использованием аудиовизуального перевода подразумевает возможность установления разновекторных динамичных связей между участниками процесса коммуникации: инициатором перевода, переводчиком и реципиентом. Такая обратная связь может быть преднамеренной и непреднамеренной, непосредственной и опосредованной. Непреднамеренная опосредованная обратная связь представляет собой косвенные поведенческие индикаторы реакции аудитории, которые не выражаются напрямую, но отражают восприятие переведенного аудиовизуального контента через рыночные или статистические метрики. К этому же типу обратной связи можно отнести участие реципиентов в конструировании фикциональной вселенной аудиовизуального произведения. Преднамеренная непосредственная обратная связь осуществляется в формате тестовых показов.

Непреднамеренная непосредственная связь осуществляется посредством асинхронных и синхронных пользовательских комментариев, размещаемых на базе различных интернет- и медиаплатформ.

6. В рамках предлагаемой коммуникативно-функциональной концепции АВП, фокус внимания в контексте исследования аудиовизуального перевода необходимо смещать с изучения отдельно взятых аудиовизуальных произведений на исследование специфики коммуникативной ситуации, в которой данный перевод осуществляется, воспринимается и интерпретируется, с учетом позиций не только переводчика и реципиента, но и инициатора перевода. Такой подход позволит в будущем сократить коммуникативные разрывы в триаде «инициатор перевода – переводчик – реципиент», в особенности разрывы между производителями контента и получателями перевода, находящимися в противоположных частях спектра создания и производства аудиовизуального контента.

7. Коммуникативная ситуация аудиовизуального перевода (КСАВП) представляет собой динамическую систему условий и факторов, обеспечивающих процесс межъязыковой и/или интерсемиотической коммуникации. Эта коммуникация опосредуется комплексом ключевых модусов, актуализируемых через различные перцептивные каналы. В рамках КСАВП создается, локализуется и транслируется целевой продукт – аудиовизуальный текст, который оказывает коммуникативное воздействие на реципиента и запускает механизмы непосредственной и опосредованной обратной связи. Фрагмент действительности, в котором реализуется данная коммуникативная ситуация, а также характер предметной деятельности коммуникантов не всегда определяются спецификой исходной и целевой культур. Однако процесс трансформации аудиовизуального текста и коммуникативный эффект, производимый на целевую аудиторию, напрямую зависят от элементов параметрической структуры КСАВП: роли инициатора перевода, цели перевода, специфики целевой аудитории, типа локализации

аудиовизуального произведения, характера отношений между коммуникантами, условий осуществления неречевой деятельности субъектов коммуникации, типа и формы контакта, расположения коммуникантов и характера обратной связи.

8. Аудиовизуальный перевод целесообразно рассматривать в контексте конкретной коммуникативной ситуации, поскольку как процесс, так и результат аудиовизуального перевода напрямую зависят от ключевых параметров этой ситуации. В конечном итоге профессиональное поведение переводчика аудиовизуальных произведений обусловлено спецификой того или иного типа КСАВП, а также главной целевой установкой – обеспечить реципиенту максимально комфортное потребление аудиовизуального контента. Именно это положение обосновывает выбор коммуникативно-функционального подхода в качестве методологической основы исследования аудиовизуального перевода.

ГЛАВА 3. ТИПОЛОГИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СИТУАЦИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА

В соответствии с рассмотренной выше спецификой формирования концепции АВП с точки зрения коммуникативно-функционального подхода представляется возможным перейти к непосредственному изучению типологии коммуникативных ситуаций с использованием АВП. Говоря об основных типах КСП, В. В. Сдобников подразделяет их на две большие категории: КСП, в которых осуществление перевода планировалось изначально; и КСП, в которых осуществление перевода изначально не планировалось [Сдобников 2015: 73]. В первом случае перевод инициируется одновременно с началом процесса коммуникации (официальные переговоры, лекции, круглые столы, шеф-монтаж, экскурсии и т. п.). Во втором случае момент начала перевода наступает постфактум, когда одноязычная коммуникация уже началась или даже завершилась, и в этой логике В. В. Сдобников предлагает классифицировать КСП второго типа на основании роли инициатора перевода (автор ИТ – инициатор перевода, получатель ПТ – инициатор перевода, заказчик ПТ – инициатор перевода и т. п.) [Там же. С. 85].

В случае КСАВП ни тот ни другой типологический признак не соответствует коммуникативному процессу инициации, осуществления и потребления АВП. Данный вид перевода может планироваться тремя способами:

– АВП может планироваться еще до начала создания аудиовизуального произведения и инициироваться одновременно с началом коммуникации. Это происходит в случае применения синхронных видов АВП: живого субтитрирования, когда субтитрирование производится одновременно с порождением текста оригинала в форме устного сообщения; устного синхронного АВП в случае теледебатов, ток-шоу и прочих аудиовизуальных произведений, транслируемых в прямом эфире; а также в

случае создания синхронного тифлокомментария, когда описание аудиовизуального ряда осуществляется в момент определенного события (например, описание полного лунного затмения, выполненное в 2017 году Д. Снайдером в прямом эфире ACBRadio [Snyder 2024]). В этом случае КСАВП соответствует КСП первого типа, так как перевод планируется заранее, организатором перевода выступает актант, причастный к организации данной КСП на языке оригинала, а момент инициирования перевода совпадает с моментом начала коммуникации.

– АВП может планироваться в процессе создания аудиовизуального произведения, когда этап перевода совпадает с этапом постпродакшена. В данном случае инициатором перевода выступает коллективный автор (производитель) аудиовизуального контента, а еще на стадии планирования съемочного процесса существует четкое понимание, что для привлечения глобальной аудитории произведенный контент будет переводиться на другие языки. На заре кинематографа именно из этих соображений снимались многоязычные версии фильмов, когда еще на этапе кастинга осуществлялся набор актеров сразу на 2–3 версии фильма, которые снимались параллельно на разных языках (подробнее данная технология описана в разделе 2.2). Такой вариант локализации трудозатратен, а его финансовая успешность сомнительна. Именно поэтому современные крупные студии прогнозируют необходимость перевода своих художественных и анимационных фильмов и заблаговременно выявляют те фрагменты, которые могут быть потенциально непонятны представителям зарубежной аудитории. Так, студия Pixar, специализирующаяся на съемках анимационных полнометражных фильмов для детей, еще на этапе постпродакшена локализует значимые надписи на иностранных языках и вносит изменения в визуальный ряд в зависимости от специфики принимающей культуры. В процессе съемок такого рода аудиовизуальных произведений готовятся сразу две параллельные версии: версия для американских реципиентов и международная версия, в которой

перерисовываются отдельные сцены с учетом специфики их восприятия иностранной аудиторией. В некоторых случаях локализация производится под конкретную принимающую культуру: например, сцену из мультипликационного фильма «Головоломка», где маленькую девочку буквально пичкают брокколи, еще на этапе производства перерисовали для японской аудитории: в Японии дети любят брокколи, но не любят болгарский перец, поэтому в кадре брокколи заменили на кусочек болгарского перца [Acuna 2015]. В других случаях сцену заменяют исходя из стереотипных представлений о предпочтениях зарубежных зрителей. Например, в том же мультипликационном фильме «Головоломка» в сцене, когда отец семейства делает вид, что слушает свою жену, представители эмоций, живущие в его в голове, смотрят в этот момент хоккей на большом экране. В результате зритель понимает, что герой предпочитает отвлечься от семейных проблем и мечтать о том, как он будет смотреть спортивный канал по телевидению. Однако для иностранной аудитории в данной сцене хоккей заменили на футбол, так как в Европе и Латинской Америке этот вид спорта более популярен [Brain Time 2021]. В анимационном фильме «Тачки-2» одного из героев, легендарного гонщика по имени Джефф Корвет, раскрасили в цвета национальных флагов стран, в которых планировалась дистрибуция данного аудиовизуального произведения. Таким образом, американский Корвет раскрашен в фирменные цвета гонщика Джеффри Гордона (который и озвучил данного персонажа), а на борту автомобиля нарисован флаг США, тогда как российский Корвет раскрашен в цвета российского флага, а на борту у него нарисован золотой двуглавый орел [Там же]. Важно отметить, что в подобных случаях АВП инициируется на том этапе, когда аудиовизуальное произведение еще находится в процессе постпродакшена: накладываются визуальные эффекты, монтируется видеоряд, проводится рекламная кампания. В этом случае переводчик или выпускающий редактор постоянно находится в контакте с представителем студии и по нескольку раз проводит процесс согласования тех элементов,

которые должны быть локализованы в соответствии с требованиями и традициями принимающей культуры: онимов, значимых надписей, вариантов перевода реалий и т. п.

В данном случае описанная КСАВП занимает промежуточное положение между КСП первого и второго типа, так как осуществление перевода планируется изначально, коллективный автор, напрямую причастный к созданию и развитию КСАВП, является инициатором перевода, но в ходе коммуникации создается текст, предназначенный как для носителей ИЯ, так и для носителей других языков.

– АВП может планироваться после того, как аудиовизуальное произведение уже готово, а в процессе его создания коллективный автор не предпринимал попыток его локализации. Зачастую бывает, что на перевод поступает аудиовизуальное произведение, снятое несколько лет назад, так как в данном случае инициатором перевода выступает компания-дистрибьютор, планирующая разместить данный контент на телевизионном канале, видеоплатформе и т. п. Сложно сказать, насколько коллективный автор заранее планировал или не планировал осуществление перевода своего аудиовизуального произведения. Можно предположить, что в процессе его создания учитывается возможность глобального распространения аудиовизуального произведения, но локализация на этапе его создания не производится. Так, например, заключительный эпизод сериала «Игра престолов» в прямом эфире посмотрели 19,3 миллиона человек [Кинопоиск 2019]. Все эти люди смотрели сериал на разных языках, но перевод осуществлялся уже после того, как данный эпизод был снят и смонтирован.

В случае фанатского АВП (фансабинг, фандабинг, киберперевод) инициатором перевода становится сам переводчик или зритель. В этом случае КСАВП представляет собой классический вариант КСП второго типа, так как такого рода перевод изначально не планируется, дистрибуцией такого контента занимаются сами переводчики или зрители, размещая результаты своего творчества в социальных сетях и на прочих интернет-ресурсах, а

коллективный автор и официальный дистрибьютор могут и не подозревать о существовании данного перевода. В результате осуществляется опосредованная коммуникация между коллективным автором оригинала и получателями перевода.

Важно отметить, что одно и то же аудиовизуальное произведение может подвергаться переводу в рамках всех трех коммуникативных событий, описанных выше. Например, в рамках предпремьерного показа аудиовизуальное произведение может сопровождаться синхронным АВП, затем выйти на большие экраны в официальном дублированном переводе, подготовленном в тесной коммуникации с коллективным автором, а через несколько лет оно может быть заново переведено по инициативе дистрибьютора, когда заказать новый перевод финансово выгоднее, чем покупать готовую дубляжную дорожку. В связи с этим в ситуации КСАВП специфика планирования КСП не может выступать надежным основанием для построения типологии КСАВП, что вызывает необходимость найти общий типологический признак, который позволит выделить отдельные КСАВП, обладающие соответствующими отличительными характеристиками.

Говоря о типологических признаках, которые отличают КСАВП от других видов коммуникации с использованием перевода, И. Гамбье, исследующий АВП в рамках коммуникативно-семиотического подхода, обращает внимание на пять таких признаков. Это полимодальная природа аудиовизуального текста – наличие семиотических кодов (в терминологии данного исследования – модусов и субмодусов (прим. автора)), которые в разной степени могут порождать значения и смыслы); наличие разных категорий реципиентов – в ситуации изучения восприятия аудиовизуального произведения релевантно деление на обычных зрителей и зрителей с особыми когнитивными потребностями с дальнейшим разделением целевой аудитории на подкатегории (возраст, пол, уровень образования, культурные особенности и т. п.); наличие различных условий и платформ активного и

пассивного потребления продуктов АВП: кинотеатры, телевидение, онлайн-видеоплатформы, театры и т. п.; разнообразие форматов и жанров аудиовизуальных текстов – новостные программы, художественные фильмы, документальные фильмы, коммерческие видео, видеоигры и т. п.; доступность – увеличение количества и форматов доставки контента до конечного реципиента и возможность организации обратной связи с представителями коллективного автора аудиовизуального произведения или инициаторами перевода [Gambier 2019: 53–56]. Для того чтобы выявить ту категорию, которая будет являться отличительным признаком, лежащим в основе дифференциации КСАВП, то есть исключительно в методологических целях, далее в работе будем использовать сокращенные названия предложенных И. Гамбье признаков: «модусы», «целевая аудитория» (далее – ЦА), «условия», «форматы» и «доступность».

Для этого обратимся к схематической модели КСАВП, приведенной на рисунке 2.3. Признак «модусы» является сквозным для всех типов КСАВП, так как именно посредством создания семиотически осложненных полимодальных текстов, сконструированных при помощи отдельных модусов и субмодусов, авторы и инициаторы КСАВП кодируют те смыслы, которые намерены транслировать представителям ЦА. Именно посредством работы с модусами и субмодусами команда локализации пересоздает аудиовизуальный текст для отправки его реципиентам, которые, декодируя смыслы, актуализируемые модусами и субмодусами, получают когнитивный опыт, а аудиовизуальный текст производит коммуникативный эффект, который потенциально может трансформироваться в тот или иной тип обратной связи. Признаки «ЦА», «условия» и «доступность» также являются универсальными для любой КСАВП, так как без наличия ЦА любая инициация процесса АВП теряет смысл (бессмысленно, например, переводить аудиовизуальные произведения на языки, носителей которых в мире не осталось), «условия» определяют специфику организации перцептивных каналов передачи и восприятия любого типа

аудиовизуального контента, а «доступность» выступает основным условием организации доставки аудиовизуального произведения до его реципиента и установления обратной связи с другими реципиентами, автором аудиовизуального произведения или инициатором процесса перевода.

Таким образом, наиболее валидным дифференцирующим признаком остается именно формат аудиовизуального произведения, являющегося предметом развертывания КСАВП. Более того, это единственная константная характеристика, которая определяет цель коммуникации и специфику оказания коммуникативного эффекта на реципиента. Модусы и субмодусы в процессе локализации могут заменять друг друга (например, когда аудиовизуальное произведение локализуется для обычного зрителя и зрителя с особыми когнитивными потребностями), ЦА могут быть смешанными (например, комедийные анимационные фильмы, в которые намеренно включаются шутки для реципиентов разных возрастов), одно и то же аудиовизуальное произведение может быть доступно как на OTT-платформе, так и в кинотеатре и может быть просмотрено с использованием любого устройства. Именно формат аудиовизуального произведения остается неизменным на всех этапах КСАВП. Данный параметр также выступает определяющим для ключевых параметров КСАВП: цели перевода, типа локализации, характера взаимодействия актантов и прочих условий осуществления неречевой деятельности субъектов коммуникации.

В рамках правового поля, когда речь идет о формате медиапродукта, выделяется типология видов аудиовизуальных произведений. Под аудиовизуальным произведением в официальных документах понимается «произведение, состоящее из зафиксированной серии связанных между собой изображений (с сопровождением или без сопровождения звуком) и предназначенное для зрительного и слухового (в случае сопровождения звуком) восприятия с помощью соответствующих технических устройств» [Кодификация.рф 2026], а все аудиовизуальные произведения подразделяются на «кинематографические» и «все произведения,

выраженные средствами, аналогичными кинематографическим» [Там же]. Кинематографические произведения – это фильмы и кинофильмы [Интеллект: юридическая фирма 2026], которые могут быть созданы в следующих формах: художественной, хроникально-документальной, научно-популярной, анимационной, телевизионной или иной форме [Законодательство России 2026]. Также отдельно выделяются анимационные, мультипликационные и телевизионные сериалы, обучающие и рекламные видеозаписи, а также музыкальные клипы [Интеллект: юридическая фирма 2026]. Такого рода классификации не могут считаться исчерпывающими, так как само разделение аудиовизуальных произведений на кинематографические и аналогичные кинематографическим вызывает массу вопросов. Что именно можно считать фильмами и кинофильмами? К какой категории относить, например, ситкомы, которые, с одной стороны, являются комедийными художественными произведениями, а с другой стороны, по законам жанра снимаются в студии перед живой зрительской аудиторией? Не совсем ясно, почему, например, анимационные сериалы и рекламные видеозаписи относятся к одной и той же категории, хотя имеют совершенно разные коммуникативные цели и целевые аудитории. Более того, в данную классификацию не включены видеоигры и видеоблоги, которые также представляют собой довольно распространенный вид аудиовизуальных произведений. Таким образом, приведенная классификация также не может стать методологической основой для описания КСАВП с учетом современного развития АВП.

В своих рассужденияз об АВП И. Гамбье говорит о жанрах полимодальных текстов, которые подвергаются АВП, и выделяет среди них новостные программы, интервью, художественные фильмы, документальные фильмы, докудрамы, телесериалы, ситкомы, анимационные фильмы, мультфильмы, детские программы, драматические театральные постановки, оперы, мюзиклы, рекламу, коммерческие видео, трейлеры, видеоклипы, компьютерные игры и т. д. [Gambier 2019: 56]. Исследователь не

подразделяет жанры на отдельные группы, ограничиваясь лишь их перечислением, причем, данный список не является конечным и исчерпывающим. Отечественные специалисты в области медиа отмечают размытие границ между понятиями «вид» и «жанр» аудиовизуального продукта, предпочитая говорить о форматах. Под форматом они понимают «устойчивую модель организации, композиции и дистрибуции медиатекста, задающую его визуально-коммуникативную структуру, режим потребления и характер взаимодействия с аудиторией. В отличие от жанра, фиксирующего содержательные и стилистические параметры высказывания, формат задает технологические и организационные рамки медиатекста, в которых формируются его языковые, структурные и прагматические характеристики» [Распопов 2025: 108]. Таким образом, термин формат понимается шире, чем совокупность технических характеристик медиапродукта и подразумевает под собой «совокупность параметров элементов, составляющих контент и определяющих особенности его подачи» [Лащук 2010: 41]. В случае аудиовизуальных произведений в качестве их форматов выделяют музыкальные; развлекательные; новостные; спортивные; образовательные; художественные фильмы и прочие программы [там же, С. 37]. В дальшейшем в работе пойдет речь оформатах аудиовизуальных произведений.

Представляется возможным выделить отдельные форматы аудиовизуальных произведений на основании общих типологических признаков, что позволило и выделить восемь типов КСАВП в соответствии с коммуникативно-функциональными характеристиками каждого формата:

1) КСАВП-1 – коммуникативная ситуация перевода художественных аудиовизуальных произведений;

2) КСАВП-2 – коммуникативная ситуация перевода документальных аудиовизуальных произведений;

3) КСАВП-3 – коммуникативная ситуация перевода информационно-аналитических аудиовизуальных произведений;

4) КСАВП-4 – коммуникативная ситуация перевода обучающих аудиовизуальных произведений;

5) КСАВП-5 – коммуникативная ситуация перевода рекламных аудиовизуальных произведений;

6) КСАВП-6 – коммуникативная ситуация перевода рекреационных аудиовизуальных произведений;

7) КСАВП-7 – коммуникативная ситуация перевода видеоигр;

8) КСАВП-8 – коммуникативная ситуация перевода пользовательского контента.

Последние две из указанных КСАВП могут показаться нетипичными для исследователей медиапродукции, но в современных условиях невозможно игнорировать данные виды АВП, так как и видеоигры, и пользовательский контент пользуются неизменной популярностью и имеют собственную ЦА. Ниже рассмотрим указанные КСАВП более подробно, а также проанализируем их первичные и вторичные параметры, выделенные в рамках параметрической структуры КСАВП, на осовании которых в процессе АВП переводчиком производится отбор наиболее релевантных переводческих стратегий и тактик.

3.1. Коммуникативная ситуация перевода художественных аудиовизуальных произведений (КСАВП-1)

Под художественными аудиовизуальными произведениями понимаются произведения киноискусства, обладающие художественной ценностью и «создаваемые на основе сценарного сюжета (как правило, вымышленного), трактуемого режиссером и воплощаемого средствами актерской игры, операторского искусства и т. п.» [Кино: Энциклопедический словарь 1997: 470]. Художественный фильм может быть создан не только в форме игрового кино, но и иметь черты документального, научно-популярного и мультипликационного аудиовизуального произведения. К форматам художественных аудиовизуальных произведений в данном

исследовании относятся художественные кино- и телефильмы, а также трейлеры к ним, телесериалы и вертикальные микродрамы, ситкомы, анимационные и музыкальные фильмы (мюзиклы, оперы, оперетты), драматические театральные постановки и авторское кино. На стыке художественного и документального кино сформировался формат мокьюментари или псевдодокументального кино, которое имитирует документальную съемку, но в качестве фактического материала использует фальсификацию и мистификацию [Культура.рф 2026].

КСАВП-1 наиболее сложна для описания, так как разнообразие форматов отягощается еще и разнообразием жанров художественных аудиовизуальных произведений. «Кинопоиск» – крупнейший российский интернет-сервис, посвященный кинематографу, – выделяет следующие жанры художественных аудиовизуальных произведений: комедии, мультфильмы, ужасы, фантастика, триллеры, боевики, мелодрамы, детективы, приключения, фэнтези, военные фильмы и сериалы, семейные фильмы и сериалы, аниме, исторические, драмы, детские фильмы и сериалы, криминал, биографии, вестерны, фильмы-нуар, спортивные фильмы, музыкальные фильмы, мюзиклы [Кинопоиск 2026]. Похожий перечень жанров художественных аудиовизуальных произведений предлагает и крупнейшая в мире интернет-база фильмов IMDb, выделяя также отдельные разновидности таких жанров. Например, в рамках жанра «Романтические фильмы» выделяются поджанры «Темный романтизм», «Филгуд-романтика», «Романтическая комедия», «Подростковая романтика», «Эпическая романтика» и т. п. [IMDb 2026]. У каждого из жанров есть своя целевая аудитория и свои законы создания, но, несмотря на такое жанровое разнообразие, ключевые функции художественных аудиовизуальных произведений совпадают. Рассмотрим функции аудиовизуальных произведений в интерпретации М. И Жабского и К. А. Тарасова [Жабский, Тарасов 2024: 150–153]:

– эстетическо-партиципативная – стимулирует воображение реципиентов, создает эмоциональный фон и погружает в вымышленный мир, сконструированный авторами аудиовизуального произведения. «Кинематографическая картина мира, являющаяся всего лишь иллюзией реальности, психологически воспринимается как всамделишная и удовлетворяет любопытство к происходящему» [Там же. С. 152]. Для реализации данной функции в произведениях, подвергающихся переводу в рамках КСАВП-1, создается особый диегезис, который посредством различных вариантов взаимодействия модусов и субмодусов создает фикциональную вселенную; она может отражать и вымышленные, и реальные факты, вплетенные в знакоткань аудиовизуального повествования. Специфика такой вселенной напрямую связана как с содержанием художественного аудиовизуального произведения, так и с его формой, вызывающей эстетическое удовольствие. Реципиенту важно не только то, что повествуется, но и как оно повествуется;

– зрительская – социальная функция в узком ее смысле, закрывающая определенные потребности реципиентов, обусловившие их обращение к аудиовизуальному произведению: рекреационно-развлекательные, познавательные и т. п. Данная функция также стимулирует реципиентов к сотворчеству: они создают собственный контент (фанарт) по мотивам аудиовизуального произведения, предлагают собственные идеи по развитию истории, повествуемой с экрана, организовывают фанатские сообщества для обсуждения полюбившихся героев и сюжетов и т. п.;

– культурно-идеологическая – формирует определенные ценностные установки зрительской аудитории. Так как художественные аудиовизуальные произведения – это одновременно и элитарный, и массовый вид искусства, они становятся удобной площадкой для трансляции традиционных ценностей, развития локального патриотизма, подсвечивания тех сфер в жизни, в которых необходимо сформировать определенную

позицию у реципиента и критики тех установок и моделей поведения, которые признаются нежелательными в тот или иной период;

– коммерческая – для инициатора перевода основная цель создания и дистрибуции аудиовизуального произведения – окупить кинопроизводство и получить максимальную прибыль от проката. Несмотря на многочисленные попытки увязать коммерческую ценность художественных аудиовизуальных произведений с их художественно-эстетической составляющей, по сей день это является сложной проблемой. Невзирая на то, что киноискусство – «“вещь” абсолютно чистая, в нем невозможны любые “примеси”, будь то конъюнктура или эклектика» [Тарковский 1989: 24], оно не свободно от необходимости учета коммерческой составляющей. «Поскольку надо оплатить производство, да еще и заработать, возникает ситуация, при которой кинематограф вынужден считаться со вкусом зрителя, который платит деньги за воспроизводство фильмов» [Там же. С. 25]. В результате от профессионального поведения переводчика зависит среди прочего и коммерческий успех художественного аудиовизуального произведения. Важно отметить, что данная функция свойственна всем форматам аудиовизуальных произведений, рассматриваемым в аспекте анализа КСАВП, однако в КСАВП-1 она проявляется в наибольшей степени.

Описанная выше функциональная специфика художественных аудиовизуальных произведений и анализ зарубежной и отечественной переводческой практики в области АВП позволяют сформулировать первичные и вторичные параметры КСАВП-1.

1. Первичные параметры КСАВП-1:

– роль инициатора перевода: в качестве инициатора перевода в КСАВП-1 могут выступать создатели и дистрибьюторы аудиовизуального контента, представители отдельных медиаплатформ, а также сами переводчики и зрители. Когда производитель самостоятельно занимается и дистрибуцией, и переводом контента (например, в случае OTT-платформы Netflix), сами создатели художественных аудиовизуальных произведений на

этапе производства задумываются о необходимости глобального релиза и локализации своих произведений на иностранные языки. В таком случае процесс локализации бесшовно встраивается в процесс создания художественного аудиовизуального произведения: перевод и локализация могут начинаться на этапе постпродакшена, когда само аудиовизуальное произведение еще не смонтировано и полностью не готово к показу. Работа над художественным аудиовизуальным произведением проходит в тесной связке «производитель – дистрибьютор – команда локализации», а избираемые переводческие стратегии и тактики, а также отдельные переводческие решения постоянно согласовываются между указанными участниками КСАВП-1.

Если дистрибуцией занимается не производитель контента, а отдельная специально созданная для этой цели компания, инициатором перевода становятся представители этой организации, которые отвечают за прокат аудиовизуального произведения на той или иной территории. В этом случае команда локализации, включающая переводчика, действует на основании требований, правил и конвенциональных норм, которые формулирует компания-дистрибьютор. Это могут быть особые требования к оформлению текста перевода, пожелания к переводу отдельных элементов текста (например, требование эвфемизации бранной и обсценной лексики, запрет на упоминание спиртных напитков и т. д.), в отдельных случаях представитель дистрибьютора согласовывает готовый перевод от лица производителя контента.

Если аудиовизуальный контент закупается для показа отдельной медиаплатформой (онлайн-кинотеатр, телеканал и проч.), то именно представители этой медиаплатформы становятся инициаторами перевода. Довольно часто в таких случаях инициатор перевода требует создания нового перевода, который не будет повторять переводческие решения, принятые в процессе описанного выше взаимодействия с дистрибьютором, например, в процессе создания официального дублированного перевода. Такого рода

требования связаны с необходимостью соблюдения закона «Об авторском праве и смежных правах». Именно данный факт обусловливает наличие нескольких вариантов локализации одного и того же аудиовизуального произведения: официального дублированного или закадрового озвучивания, нескольких вариантов закадрового озвучивания, выполненных для разных инициаторов перевода, субтитров и в некоторых случаях фанатского перевода.

В случае фанатского перевода инициатором перевода становится сам переводчик или группа переводчиков, которые выбирают материал для перевода и переводческую стратегию и тактики на основании предпочтений зрителей. В некоторых случаях сами зрители могут обратиться в социальных сетях к аудиовизуальным переводчикам-фанатам с просьбой выполнить перевод и локализацию того или иного художественного аудиовизуального произведения. В результате образуется цепочка «переводчик – зритель», а производитель контента узнает о выполненном переводе, как правило, постфактум;

– цель перевода: в рамках КСАВП-1 цель перевода обусловлена функциям художественных аудиовизуальных произведений и состоит в обеспечении комфортного потребления художественного аудиовизуального произведения его реципиентами и в получении возникающей в связи с этим потреблением коммерческой прибыли. В результате жанр аудиовизуального произведения в переводе должен соответствовать ожиданиям реципиентов и оказывать на них строго определенное коммуникативное воздействие, соотносящееся с интенцией создателя аудиовизуального произведения и инициатора перевода. Естественно, что в задачи аудиовизуального переводчика входит: распознать жанр художественного аудиовизуального произведения, четко обозначить потенциальную ЦА и отобрать те стратегии, тактики и переводческие операции, которые позволят максимально реализовать эстетически-партиципативный, социальный, культурно-

идеологический и коммерческий потенциал переводимого аудиовизуального произведения;

– целевая аудитория: ЦА в КСАВП-1 также разнообразна и может определяться форматом и жанром художественного аудиовизуального произведения. Так, мультипликационные фильмы предназначены в основном для детской аудитории; подростковые сериалы – для школьников и студентов; драмы, военные и исторические фильмы – для взрослой аудитории. Однако развитие технологий кинопоказа и VOD-платформ, которые предоставляют доступ к аудиовизуальному контенту по запросу в любое время суток и с любого устройства, делают ЦА более неоднородной и, как следствие, более непредсказуемой. Взрослые зрители смотрят мультипликационные фильмы своего детства, подростки – вертикальные микродрамы и нуар-комедии. В связи с этим современные производители контента заранее предусматривают возможность привлечь к своему произведению разные ЦА. Такую цель преследуют трансмедийные проекты, где каждая из медиаплатформ нацелена на привлечение определенного сегмента ЦА. При производстве анимационных комединых фильмов для семейного просмотра еще на этапе создания сценария предусматриваются элементы, которые могут быть интересны представителям различных ЦА: например, пишутся отдельные шутки для детей и их родителей. Такая специфика ставит перед переводчиком сложную задачу: распознать элементы, предназначенные для каждой конкретной ЦА, сформулировать соответствующую стратегию и подобрать подходящие тактики перевода.

С другой стороны, существуют нишевые аудиовизуальные произведения, ЦА которых существенно ограничена, но в то же время глубоко погружена в контекст таких аудиовизуальных произведений. Возьмем, например, поклонников аниме (японского анимационного стиля). В России это нишевый продукт, реципиентами которого чаще всего являются представители молодежи (школьники и студенты), которые прекрасно разбираются в видах и жанрах аниме (например, кодомо – аниме и манга для

детей до 12 лет, а дзёсэй – аниме для женщин), знают всю систему персонажей и специфику их взаимоотношений, нередко ассоциируют себя с любимыми героями аниме и начинают копировать одежду, стиль общения и поступки анимационных персонажей в реальной жизни. Такую ЦА можно назвать экспертной, так как их владение материалом фикциональной аниме-вселенной существенно выше, чем у обычных зрителей, которые имеют весьма общее представление о таких аудиовизуальных продуктах. Похожая ЦА формируется вокруг культовых сериалов (например, движение поклонниц сериала «Шерлок» и его ведущего актера Бенедикта Камбербетча в роли Шерлока Холмса), некоммерческого и авторского кино. В таких случаях переводчику необходимо скрупулезно изучить фикциональную вселенную подобного рода проектов и четко соблюдать тот канон, который она диктует. Еще одной важной характеристикой ЦА является наличие или отсутствие особых когнитивных потребностей – нарушений зрения, слуха или иных когнитивных особенностей. Для такой категории реципиентов необходимо обеспечивать доступность аудиовизуального контента посредством использования специфических типов перевода и локализации;

– характер отношений между коммуникантами: данный параметр не является релевантным, так как в подавляющем большинстве случаев КСАВП-1 не предусматривает непосредственной преднамеренной коммуникации, что не позволяет описать ее характер;

– условия осуществления неречевой деятельности субъектов коммуникации: чаще всего, неречевая деятельность коммуникантов осуществляется по месту обращения к аудиовизуальному произведению. Неречевая деятельность производителей контента осуществляется в студии и на съемочных локациях и подразумевает выполнение различных видов работ, связанных с этапами производственной цепочки. Неречевая деятельность дистрибьюторов заключается в организации эффективных продаж художественных аудиовизуальных произведений и размещении их на различных медиаплатформах. Неречевая деятельность переводчика и

команды локализации может осуществляться как на месте демонстрации художественного аудиовизуального произведения (в случае осуществления синхронного АВП), так и на своих рабочих местах (в случае осуществления асинхронного АВП) – этот параметр напрямую завязан на тип локализации аудиовизуального контента в рамках рассматриваемой КСАВП. Неречевая деятельность реципиента заключается в потреблении художественного аудиовизуального произведения с целью реализации своих коммуникативных потребностей;

– тип локализации: данный параметр зависит от всех вышеперечисленных и обусловлен как особенностями жанра и формата художественного аудиовизуального произведения, так и спецификой ЦА и особенностями осуществления неречевой деятельности коммуникантов. Напомним, что в настоящем исследовании под локализацией понимается коммуникативный, когнитивный, лингвистический и технологический процесс, посредством которого аудиовизуальные тексты модифицируются с целью дальнейшего их использования в иных лингвистических и социокультурных контекстах в соответствии с ожиданиями реципиентов и требованиями инициаторов. Необходимо отметить, что в отдельных случаях результаты локализации совпадают с результатами перевода, и тогда термины «вид АВП» и «тип локализации» могут рассматриваться как синонимы. В других случаях в процессе технической постобработки перевода аудиовизуального текста в него могут вноситься правки, часть перевода может модифицироваться или опускаться, в то время как отдельные элементы могут добавляться без согласования с переводчиком. Например, во время демонстрации аудиовизуальных произведений в рамках кинофестивалей и прочих схожих событий осуществляется синхронный перевод, являющийся одновременно и конечной локализацией аудиовизуального контента, которая может состоять в синхронном АВП с опорой на скрипт, создании синхронного тифлокомментария в случае наличия зрителей с особыми когнитивными потребностями и осуществления

«живого» субтитрирования. В случае асинхронной локализации результаты перевода могут претерпевать существенные изменения, а ее тип диктуется традициями осуществления кинопоказа художественных аудиовизуальных произведений различных жанров и форматов. Например, в субтитровочных странах (отдельные страны Восточной и Западной Европы, Скандинавии, Канады, США, Австралии и т. п.) весь контент субтитрируется, за исключением детских программ, которые локализуются с использованием дублирования. В странах Латинской Америки для аудиовизуальных произведений, транслируемых по телевидению, используется дублирование, в кинотеатрах применяется субтитрирование. В России и отдельных странах СНГ в кинотеатрах применяется дубляжный липсинк независимо от жанра и формата художественного аудиовизуального произведения (за исключением опер и мюзиклов, в которых вокальные номера остаются в оригинальном звучании и снабжаются субтитрами). На телевидении используется закадровое озвучивание и вольный липсинк (особенно в случае сериалов, ситкомов и комедийных фильмов, где цель – передать комический эффект – не позволяет осуществить полную укладку текста перевода и его фонетическую синхронизацию с речью персонажей). Для зрителей с нарушениями зрения все чаще создается отдельная тифлодорожка, а для зрителей с нарушениями слуха – субтитры для глухих и слабослышащих. Что касается демонстрации художественных аудиовизуальных произведений в интернете или в онлайн-кинотеатрах, то в этом случае у зрителей есть выбор, в какой именно локализации им осуществить просмотр: в официальном дублированном переводе, в закадровом озвучивании, выполненном разными студиями, с субтитрами или в оригинале. Важно отметить, что каждый из указанных типов локализации основывается на переводческой составляющей, но предъявляет к переводчику особые требования, связанные с технологией осуществления каждого из типов локализации, что вынуждает переводчика обращаться к тем или иным переводческим стратегиям и тактикам.

2. ***Вторичные параметры КСАВП-1:***

– контакт коммуникантов: в КСАВП-1 в подавляющем большинстве случаев контакт имеет опосредованный характер;

– форма контакта: так как в процессе демонстрации художественного аудиовизуального произведения непосредственного контакта инициатора перевода, переводчика и реципиента не происходит, данный параметр не представляется релевантным;

– расположение коммуникантов: дистантное, за исключением случаев тестовых показов, когда у зрителя есть возможность непосредственно и преднамеренно донести обратную связь до создателя или дистрибьютора контента;

– наличие обратной связи от получателей перевода: в КСАВП-1 обратная связь может быть непреднамеренной опосредованной, непреднамеренной и преднамеренной непосредственной, но не является обязательным параметром КСАВП.

Как уже упоминалось, КСАВП-1 – самая комплексная из всех КСАВП за счет большого количества вариантов реализации параметров и большого объема переводимого и локализуемого в ее рамках аудиовизуального контента. Для остальных рассматриваемых ситуаций АВП КСАВП-1 будет служить базовой отправной точкой при анализе и описании соответствующих параметров.

3.2. Коммуникативная ситуация перевода документальных аудиовизуальных произведений (КСАВП-2)

Документальные аудиовизуальные произведения – вид киноискусства, материалом которого является съемка подлинных событий [Кино: Энциклопедический словарь 1997: 128]. Документальное кино иногда называют неигровым, так как оно представляет собой «фиксацию жизни людей» [Земцов 2025]. По словам вице-президента Гильдии неигрового кино Никиты Тихонова-Рау, документальное кино принципиально отличается от

других видов неигрового аудиовизуального контента, например, кинорепортажа. «Репортаж – это фиксация реальности. Документальное кино может существовать параллельно реальности, происходящей в голове. Это такое преломление смысла… На одном и том же материале можно рассказать совершенно разные истории» [Там же]. Промежуточным форматом, включающим элементы как художественного, так и документального кино, являются докудрамы – аудиовизуальные произведения, в которые помимо неигровых элементов включаются игровые, заключающиеся в реконструкции фактических исторических событий.

Рассмотрим ключевые функции документальных аудиовизуальных произведений, опираясь на классификацию, предложенную Т. Я. Масловой [Маслова 2010: 18–19], в целях описания параметров КСАВП-2:

– архивно-информационная – заключается в удовлетворении информационного голода общества, формировании единого глобального информационного пространства, фиксации фактов культуры, истории, науки и т. п. в форме аудиовизуального документа, что позволяет получить преставление о том, как жили люди несколько десятков лет назад и живут сейчас. Эта функция наиболее полно реализуется в таком формате, как документальная кинохроника;

– культурно-просветительская – заключается в формировании мировоззрения зрителей посредством анализа и интерпретации явлений действительности или исторических фактов. Необходимо отметить, что так или иначе просветительская функция реализуется во всех КСАВП, однако в КСАВП-2 она выходит на первый план и обусловливает интерес ЦА к документальному контенту. Интересно, что формат докудрамы, распространенный на Западе, набирает популярность и в нашей стране, реализуя просветительскую функцию в максимально наглядной и упрощенной форме;

– социально-педагогическая – стимулирует интерес к той или иной сфере жизни, помогает понять сложные научные, социальные, политические,

экономические, культурные процессы или явления, формирует ценностные ориентиры. Особенно ярко данная функция реализуется в научно-популярных документальных фильмах, в которых сложные физические, химические и прочие явления разъясняются при помощи вербальных или визуальных метафор, что частично сближает КСАВП-2 с КСАВП-1, описанной выше.

Далее рассмотрим параметры КСАВП-2 в соответствии с предложенным планом:

1. Первичные параметры КСАВП-2:

– роль инициатора перевода: в КСАВП-2 инициатором перевода чаще всего выступает дистрибьютор, который предлагает соответствующий контент центральным и специализированным телевизионным каналам, а также видеоплатформам и онлайн-кинотеатрам. В случаях авторского документального кино сам автор в целях продвижения своего аудиовизуального произведения выступает инициатором перевода. С документальными аудиовизуальными произведениями такая ситуация происходит чаще, чем в КСАВП-1, так как съемки документального кино в большинстве случаев не требуют столь же существенных финансовых вложений, как в ситуации создания художественного аудиовизуального произведения, поэтому данный формат очень популярен среди представителей небольших студий, университетов, органов власти и промышленных предприятий;

– цель перевода: как и в случае КСАВП-1, цель перевода обусловлена функциональной спецификой документальных аудиовизуальных произведений и заключается в четком и непредвзятом донесении фактической информации до зрителя, у которого тематика, затронутая в документальном фильме, вызывает интерес. Такая постановка цели предъявляет серьезные требования к переводчику: владение соответствующей предметной областью и терминологией, широкий кругозор, владение социокультурным контекстом стран, народов и персоналий,

находящихся в фокусе внимания создателя документального аудиовизуального произведения. В некоторых случаях документальные фильмы сообщают фактическую информацию в развлекательном формате (от лица животных, предметов, фантазийных персонажей), и в задачу переводчика входит сообщение фактов с учетом специфики формата;

– целевая аудитория: специфика целевой аудитории зависит от тематики документального аудиовизуального произведения, глубины проработки фактической информации, формата сообщения зрителю фактов. В некоторых случаях документальные аудиовизуальные произведения предназначены для широкой аудитории (популярные фильмы о животных, странах и континентах и т. п.), а также для аудитории, погруженной в конкретную тематическую область (документальные фильмы про автомобили, военную технику, охоту и рыбалку и т. п.). В любом случае переводчику необходимо тонко чувствовать ЦА документального аудиовизуального произведения, оценивать уровень владения соответствующей тематической областью и подбирать соответствующие переводческие стратегии и тактики;

– характер отношений между коммуникантами: параметр не является релевантным в данной КСАВП;

– условия осуществления неречевой деятельности субъектов коммуникации: совпадают с данным параметром в КСАВП-1;

– тип локализации: зачастую документальные аудиовизуальные произведения локализуют путем закадрового озвучивания, приглушая оригинальную аудиодорожку и накладывая дикторский текст, либо путем применения одноголосого дублирования-лекторинга, когда оригинальная дубляжная дорожка заменяется на голос актера-диктора. Такой выбор локализации обусловлен спецификой самого контента: так как целью перевода является точная передача фактической информации, использование любых видов перевода, предусматривающих необходимость компрессии информации (субтитры) или существенного изменения информации с целью

достижения фонетической синхронности (дублирование), противоречит цели перевода. В то же время достаточно распространена локализация в форме аудиодескрипции в целях обеспечения доступности документальных аудиовизуальных произведений зрителям с особыми когнитивными потребностями. В рамках локализации, как правило, перевод не подвергается особым модификациям, и результаты перевода и последующей локализации друг от друга не отличаются.

2. ***Вторичные параметры КСАВП-2:***

– контакт коммуникантов: опосредованный;

– форма контакта: так как в процессе демонстрации документального аудиовизуального произведения непосредственного контакта инициатора перевода, переводчика и реципиента не происходит, данный параметр не представляется релевантным;

– расположение коммуникантов: дистантное;

– наличие обратной связи от получателей перевода: обратная связь может быть непреднамеренной опосредованной, непреднамеренной и непосредственной, но не является обязательным параметром данной КСАВП.

Из анализа КСАВП-2 видно, что отдельные параметры являются универсальными для различных ситуаций с использованием АВП. На данную тенденцию обратим внимание и в ходе проведения дальнейшего анализа КСАВП. Существуют и уникальные параметры, которые напрямую связаны со спецификой формата переводимого и локализуемого контента, что подтверждает правильность выбора категории формата как универсального типологического признака для выделения различных категорий КСАВП.

3.3. Коммуникативная ситуация перевода информационно-аналитических аудиовизуальных произведений (КСАВП-3)

Информационно-аналитические аудиовизуальные произведения – это программы, в которых представлена «обобщенная, систематизированная информация и анализ произошедших событий, которые представляют

общественно значимый интерес для зрительской аудитории» [Гострова 2006: 3]. К этому виду материалов относятся итоговые и ежедневные новостные программы, репортажи на злободневные темы и аналитические обзоры, ток-шоу, предвыборные дебаты, информационные видеоблоги и т. п. Рассмотрим ключевые функции такого рода аудиовизуальных произведений:

– информационно-ориентирующая – заключается в систематизации фактов, событий, произошедших в конкретном регионе, стране или в мире за определенный период времени. В случае новостных материалов данная функция подразумевает фиксацию фактов в формате: «Кто/что?», «Где?», «Когда?». В случае аналитических программ факты структурируются, что способствует более полному и управляемому пониманию контекста. Посредством реализации данной функции автор информационно-аналитической программы предлагает зрителю определенные ориентиры в информационном потоке, позволяя выделить в окружающем информационном шуме значимые события и спрогнозировать их последствия;

– аналитическая – заключается в интерпретации изложенных фактов и трансляции их в авторской трактовке. Авторы программ отвечают на вопросы: «Как?», «Почему?», «Зачем?», включают в материал оценку событий и комментарии, привлекают экспертов в целях пояснения и интерпретации событий и явлений;

– формирующая – обеспечивает формирование общественного мнения и определенной позиции относительно текущих событий в стране и мире посредством аргументов и комментариев обозревателя [Булейко 2013: 169]. Авторы и ведущие такого рода программ формируют ценности, стереотипы и мировоззрение зрителей путем придания интерпретируемым событиям идеологической окраски.

1. Первичные параметры КСАВП-3:

– роль инициатора перевода: инициаторами перевода в данной КСАВП чаще всего становятся новостные редакции телеканалов, блогеры,

ведущие собственные информационно-аналитические программы, переводчики-энтузиасты, выкладывающие информационно-аналитические материалы с собственным переводом на интернет-видеоплатформах. Важно понимать, что каждый из инициаторов перевода в КСАВП-3 имеет свою собственную общественно-политическую повестку и транслирует фактическую информацию в том свете, который предполагает редакционная политика соответствующего канала, что накладывает на переводчика определенного рода ограничения в собственной интерпретации и трактовке передаваемой информации;

– цель перевода напрямую зависит от ключевых функций информационно-аналитических аудиовизуальных произведений: сообщить целевой аудитории интересующие ее факты, дать их собственную интерпретацию, сформировать общественное мнение и задать конкретные ориентиры в меняющемся новостном контексте;

– целевая аудитория: в большинстве своем взрослые зрители, интересующиеся новостями политики, экономики, культуры, науки и т. п. В данном случае переводчику важно понимать структуру и ожидания ЦА конкретного канала или программы, чтобы итоговый перевод соответствовал не только редакционной политике, но и ожиданиям получателей перевода;

– характер отношений между коммуникантами: параметр не является релевантным в данной КСАВП;

– условия осуществления неречевой деятельности субъектов коммуникации: важно отметить, что если процесс перевода в КСАВП-3 может осуществляться как синхронно в процессе трансляции тех или иных событий, так и асинхронно, то есть после выхода иноязычной информационно-аналитической программы, то получение такого рода контента в переводе происходит в дистантном формате в том месте и в то время, которые удобны зрителю. Неречевая деятельность осуществляется по аналогии с КСАВП-1 и КСАВП-2 и включает все этапы производственной цепочки;

– тип локализации: наиболее распространенный тип локализации – закадровый перевод, что обусловлено минимальными требованиями к изохронии, простотой локализации и отсутствием необходимости дополнительной технической обработки перевода. Это может быть как лекторинг, когда закадровый голос озвучивает перевод, выполненный заранее, так и свободный комментарий (наиболее характерен для интернет-платформ), когда переводчик не только переводит исходный текст, но и дает собственные комментарии, ориентируясь на исходный видеоряд, целевую аудиторию и собственное понимание описываемой ситуации. В данной функции переводчик сближается с объяснителем, в задачи которого на заре развития кинематографа входили пояснение и собственная интерпретация происходящего на экране. В аспекте обеспечения медиадоступности могут применяться перевод на жестовый язык и живое субтитрирование, часто в формате бегущей строки.

2. Вторичные параметры КСАВП-3:

– контакт коммуникантов: опосредованный;

– форма контакта: не является релевантной;

– расположение коммуникантов: дистантное;

– наличие обратной связи от получателей перевода: в случае аналитических программ, в особенности транслируемых на интернет-платформах, обратная связь осуществляется посредством добавления комментариев, непосредственного комментирования в прямом эфире (по типу данму), выставления оценок контенту в форме лайков или дизлайков в режиме реального времени, а также подготовки и размещения собственных материалов по данной тематике в формате отложенной дискуссии или выкладывание в интернет-источниках собственных вариантов перевода просмотренного информационно-аналитического контента.

3.4. Коммуникативная ситуация перевода обучающих аудиовизуальных произведений (КСАВП-4)

Обучающие аудиовизуальные произведения – специфический контент, используемый в образовательных и дидактических целях и ориентированный на передачу знаний и формирование умений и навыков посредством сочетания аудиовизуальных средств и нарратива. К таким аудиовизуальным произведениям относятся видеолекции, видеоуроки, видеопрезентации и видеообзоры, мастер-классы, обучающие семинары и тренинги и т. п. Основная особенность такого рода аудиовизуальных произведений – интеграция различных модусов и субмодусов в целях обеспечения более эффективного усвоения знаний. Интересно, что объем услуг по переводу образовательного контента и материалов для электронного обучения в 2025 году опередил объем услуг по техническому переводу в области производства и составил 53,3 % рынка [Nimdzi 2025: 45], что говорит о высокой востребованности такого рода услуг.

Ниже рассмотрим основные функции такого рода материалов:

– образовательная – передает систематизированные знания посредством наглядной демонстрации материала (концепций, процессов и фактов), что позволяет максимально конкретизировать абстрактные понятия. Сочетание вербальной и визуальной информации позволяют людям с различными типами восприятия одинаково эффективно усваивать учебный материал;

– развивающая – стимулирует мышление, память, творчество, внимание. Включение различных перцептивных каналов приводит к возбуждению различных зон головного мозга, усиливает когнитивные процессы и способствует эмоциональному вовлечению в процесс обучения;

– воспитательная – формирует ценности, привычки, картину мира реципиента. Наглядная демонстрация, комментарии экспертов в описываемой области знаний, интеграция этических нарративов делают

процесс обучения с применением аудиовизуальных материалов ценностно-ориентированным.

1. Первичные параметры КСАВП-4:

– роль инициатора перевода: напрямую зависит от образовательных задач, которые данный инициатор решает. Это может быть заинтересованная сторона, не являющаяся ни автором, ни дистрибьютором контента: например, предприятия или компании, заказывающие перевод обучающих фильмов для своих сотрудников по узким производственным тематикам. Это может быть перевод лекций, семинаров, мастер-классов иностранных преподавателей, инициируемый университетами и прочими учебными заведениями, а также различными онлайн-платформами. Инициатором перевода может стать сам автор обучающего аудиовизуального произведения, желающий продвинуть свою концепцию, идею или образовательный контент на международном рынке;

– цель перевода: в данном случае можно вести речь о двух связанных друг с другом, но принципиально разных целях. С одной стороны, цель перевода совпадает с основной целью создания обучающего контента – передать знание, научить чему-либо, развить требуемые умения и навыки. С другой стороны, переводчику необходимо учитывать цель инициатора перевода по привлечению реципиента к дальнейшему просмотру обучающих аудиовизуальных произведений и, как следствие, формированию лояльной целевой аудитории. Такого рода цели хорошо заметны в случае бытовых обучающих роликов: спортивных тренировок, обучения приготовлению пищи, обучения искусству прически и макияжа и т. п. В таких случаях автору канала, на котором транслируются подобные аудиовизуальные произведения, важно не только обучить свою ЦА, но и мотивировать ее подписаться на канал, продолжить просмотр обучающих программ;

– целевая аудитория: может быть довольно разнообразной: от технических специалистов и ученых, обладающих высокой степенью погруженности в тематическую область, которой посвящено обучающее

аудиовизуальное произведение, и просматривающих такого рода контент с целью повышения собственной квалификации, до обывателей, просматривающих обучающий контент в развлекательных, рекреационных целях. Важно отметить, что в отдельных случаях ЦА в КСАВП-4 может стать детская аудитория, что также важно учитывать при выполнении перевода;

– характер отношений между коммуникантами: параметр не является релевантным в данной КСАВП;

– условия осуществления неречевой деятельности субъектов коммуникации: как правило, условия осуществления деятельности авторов и реципиентов аудиовизуальных произведений в КСАВП-4 находятся в отношения прямой зависимости. Авторы организуют обучение в рамках какой-либо области знаний, а реципиенты нуждаются или проходят обучение в той же области знаний. Дистрибьютор контента и переводчик / команда локализации являются посредниками, помогающими организовать и обустроить процесс трансляции и получения знаний, умений и навыков;

– тип локализации: зависит от требований и возможностей платформы, посредством которой обучающее аудиовизуальное произведение транслируется зрителю. Обучающие фильмы могут быть локализованы посредством субтитрирования, и этот вид АВП отдельные исследователи считают оптимальным в случае КСАВП-4, так как субтитры позволяют сохранить манеру подачи материала говорящим, обеспечить четкую синхронизацию голоса, мимики и жестикуляции с текстом перевода. С другой стороны, требования к субтитрам, ограничивающие объем текста (скорость чтения, количество строк, длина строки), могут отрицательно сказаться на полноте передачи смысла, поэтому довольно часто в КСАВП-4 применяют закадровый перевод для передачи устной речи, транслируемой с экрана, и субтитры для отображения значимых надписей, которые являются неотъемлемой частью обучающего контента и визуальной поддержкой излагаемой информации.

2. ***Вторичные параметры КСАВП-4:***

– контакт коммуникантов: опосредованный;

– форма контакта: параметр не является релевантным;

– расположение коммуникантов: дистантное;

– наличие обратной связи от получателей перевода: если локализованный в рамках КСАВП-4 контент размещается на интернет-видеоплатформах, у зрителей есть возможность оставлять непреднамеренную непосредственную обратную связь в форме комментариев. Если образовательные аудиовизуальные произведения транслируются ограниченной ЦА специалистов в конкретной области знаний, обратная связь обеспечивается посредством обращений к создателям или дистрибьюторам контента, чаще с целью устранить терминологические неточности в переводе.

3.5. Коммуникативная ситуация перевода рекламных аудиовизуальных произведений (КСАВП-5)

Рекламные аудиовизуальные произведения – контент, созданный с целью продвижения брендов, товаров и услуг, увеличения охвата целевой аудитории и формирования лояльности у потребителей. К таким аудиовизуальным произведениям относятся рекламные ролики, промо-ролики, рекламные видеофильмы, флеш-ролики и т. п. Ключевые функции рекламных аудиовизуальных произведений, согласно О. А. Феофанову, включают следующие [Феофанов 2000]:

– экономическая. Реклама – огромная составляющая часть современной экономики, а экономическая функция рекламы заключается в информировании населения или бизнеса о товарах или услугах, их популяризации, повышении спроса и товарооборота, что стимулирует развитие производства;

– социально-идеологическая. С одной стороны, коммерческие рекламные аудиовизуальные произведения унифицируют потребительский

спрос на товары и способствуют мотивации людей больше и лучше работать, чтобы позволить себе рекламируемый товар. С другой стороны, коммуникативная функция социальной рекламы состоит в изменении образа жизни ее реципиента [Терских, Зайцева 2015: 96]. Такая реклама пропагандирует здоровый образ жизни, формирует традиционные ценности, реализует своеобразную воспитательную функцию;

– персуазивная – функция убеждения, заключающаяся в создании положительного имиджа рекламируемого продукта, привлечении внимания к рекламируемому продукту, поддержке интеракции с потенциальным потребителем [Голоднов 2003: 6].

1. Первичные параметры КСАВП-5:

– роль инициатора перевода: в КСАВП-5 инициатором перевода являются чаще всего непосредственно компании или организации, товары и услуги которых рекламируются. Анализ сайтов компаний, оказывающих такого рода услуги [Студия Ф, 2016–2024; iTrex 2026, Звукоград 2006–2026], показал, что инициаторы перевода заказывают перевод рекламных аудиовизуальных произведений, связанных с их непосредственной сферой деятельности. В некоторых случаях инициатор перевода предоставляет команде локализации готовый перевод, который необходимо подвергнуть стилистической обработке и локализовать с учетом требований заказчика, в отдельных случаях инициатор заказывает и сопутствующие локализации услуги: съемку роликов, монтаж, создание инфографики на языке перевода;

– цель перевода: ознакомить иноязычную аудиторию с тем спектром продукции и услуг, которые предлагает инициатор перевода. Локализованные материалы в рамках КСАВП-5 могут применяться для презентации инициатора перевода в рамках участия в выставочной деятельности, демонстрации своей продукции перед иностранными делегациями, трансляции ценностей и миссии компании с целью привлечения новой аудитории для дальнейшего сотрудничества, повышения

объемов продаж и формирования лояльности целевой аудитории к рекламируемому бренду;

– целевая аудитория: в отрасли рекламы ЦА всегда определяется очень точно, чтобы сделать рекламное сообщение максимально эффективным и, как следствие, повысить уровень продаж, узнаваемость бренда или продукта, привлечь новые ЦА и т. п. Важно понимать, что в случае рекламы товаров и услуг в рамках бизнес-модели B2B (бизнес для бизнеса, когда одна организация продает товары или услуги другой организации) представители ЦА являются квалифицированными специалистами в той предметной области, в которой работает инициатор перевода, что налагает на переводчика обязательства четко следовать терминологии заказчика, передавать стилистические особенности изложения информации, не забывая об использовании тактик убеждения и оказываемом коммуникативном эффекте с учетом культурных различий аудиторий языка оригинала и языка перевода. В случае рекламы в рамках модели B2C (бизнес для частного потребителя) рекламное аудиовизуальное произведение должно быть нацелено на то, чтобы убедить конкретную группу потребителей в том, что предлагаемый товар или услуга удовлетворят их основные общечеловеческие потребности. В случае социальной рекламы аудиовизуальное произведение должно обладать высоким воздействующим потенциалом, формируя соответствующие модели социального поведения и создавая необходимое отношение людей к той или иной общественной проблеме;

– характер отношений между коммуникантами: параметр не является релевантным в данной КСАВП;

– условия осуществления неречевой деятельности субъектов коммуникации: условия осуществления неречевой деятельности коммуникантов в случае коммерческой рекламы зависят от торгового предложения инициатора и структуры спроса реципиентов рекламного аудиовизуального произведения. В случае социальной рекламы условия

зависят от задач, которые стоят перед инициатором перевода, и тех социальных проблем, которые решает соответствующее рекламное аудиовизуальное произведение. Все актанты, взаимодействующие в рамках КСАВП-5, осуществляют свою деятельность в соответствии с производственной цепочкой по аналогии с КСАВП-1 и КСАВП-2;

– тип локализации: анализ предложений по локализации рекламных аудиовизуальных произведений на русский и иностранные языки показал, что наиболее частотным типом становится смешанная асинхронная локализация. Основной текст локализуется посредством закадрового озвучивания, важная информация дублируется посредством субтитров, а значимые надписи (логотипы, слоганы и т. п.), в которых важна как вербальная, так и визуальная составляющие, подвергаются глубокой локализации, то есть полностью перерисовываются и сопровождаются переводом вербального компонента. Максимальное количество модусов, воздействующих на восприятие реципиента, позволяет добиться требуемого коммуникативного эффекта.

2. ***Вторичные параметры КСАВП-5:***

– контакт коммуникантов: опосредованный;

– форма контакта: параметр не является релевантным;

– расположение коммуникантов: дистантное;

– наличие обратной связи от получателей перевода: в рамках данной КСАВП обратная связь имеет в основном непреднамеренный опосредованный характер и представляет собой косвенные поведенческие индикаторы реакции аудитории (повышение спроса на товары, изменение образа жизни и т. п.), поэтому в рамках КСАВП может быть нерелевантной.

3.6. Коммуникативная ситуация перевода рекреационных аудиовизуальных произведений (КСАВП-6)

Рекреационные (развлекательные) аудиовизуальные произведения – «программы, которые без специальной предварительной подготовки

позволяют любому зрителю снять напряжение, получить удовольствие, позволяют ему отдохнуть, эмоционально (как правило, позитивно), осмыслить происходящее вокруг него. Развлекательные программы – это те программы, которыми человек заполняет свое свободное время, не имея на то жизненной необходимости, причем основными их признаками является сочетание юмора, азарта, легкости, получения удовольствия, наслаждения, снятие напряжения, эмоционального комфорта» [Акинфиев 2008]. К рекреационным аудиовизуальным произведениям относят телевизионные шоу, реалити-шоу, ток-шоу, телеигры. К ним же с небольшой оговоркой можно отнести спортивные программы, включая прямые трансляции состязаний, а также всевозможные спортивные шоу. Рекреационные аудиовизуальные произведения выполняют следующие ключевые функции:

– рекреативная – обеспечивает получение удовольствия и позитивных эмоций во время просмотра легкого, увлекательного контента с элементами юмора и зрелищности. Такого рода аудиовизуальные произведения не несут в себе цели сообщить какую-то важную информацию, а представляют собой способ реализации культурно-досуговой деятельности, чтобы отвлечься от повседневной суеты [Кихтан 2024: 147]. Немаловажным элементом получения удовольствия становится ощущение азарта, когда зритель втягивается в соревновательный процесс, болея за любимую спортивную команду или отвечая на вопросы в ходе просмотра интеллектуальной телеигры;

– функция расслабления и снятия напряжения – в отличие от КСАВП-3, рекреационные аудиовизуальные произведения предлагают зрителю пассивное погружение в нарратив без выраженной когнитивной нагрузки. Воздействуя на эмоции, развлекательные аудиовизуальные произведения позволяют выключить мозг и переключить внимание;

– эскапистская – подобно функции расслабления позволяет зрителю совершить побег от реальности и создает иллюзию участия в

приключениях, спортивных состязаниях, игровом контексте, позволяет переосмыслить реальность через юмор и дистанцироваться от проблем.

1. Первичные параметры КСАВП-6:

– роль инициатора перевода: инициатором перевода в КСАВП-6 является телеканал или онлайн-видеоплатформа, которые планируют трансляцию рекреационного контента. В отдельных случаях инициатором перевода выступает сам переводчик, который выполняет перевод популярных телешоу или реалити-шоу в рамках продвижения собственного интернет-канала или в качестве волонтера-любителя. Например, знаменитое британское шоу Грэма Нортона (The Graham Norton Show), выходящее на телеканале BBC, знакомо российскому зрителю в закадровом переводе любительской студии Сергея Захарова BlackSerj Production, а американские ток-шоу можно посмотреть в любительском закадровом переводе на канале Арины Хачатрян Cupcake Studio™;

– цель перевода: напрямую проистекает из функций и форматов рекреационных аудиовизуальных произведений. Перед переводчиком стоит задача произвести на реципиента ожидаемый коммуникативный эффект и реализовать ключевую интенцию инициатора перевода: рассмешить зрителя в ситуации юмористических программ, вызвать желание сопереживать участникам реалити-шоу, пробудить в зрителе ощущение азарта при просмотре игровой или спортивной телепрограммы и т. п. Важно отметить, что реципиент четко осознает тот потенциальный коммуникативный эффект, которого он ждет от потребления аудиовизуального произведения, что налагает соответствующие обязательства на переводчика и команду локализации;

– целевая аудитория: специфика ЦА в КСАВП-6 может быть весьма разнородной. В случае размещения такого рода контента в сети Интернет это могут быть поклонники конкретного рекреационного аудиовизуального произведения (ток-шоу, реалити-шоу), которые собираются в фанатские сообщества в социальных сетях или подписаны на

соответствующие каналы на интернет-медиаплатформах. В случае трансляции рекреационных аудиовизуальных произведений на телеканалах ЦА будет максимально широкой, особенно если это касается крупных международных фестивалей и конкурсов (например, ежегодный музыкальный конкурс «Евровидение» и его аналоги, конкурсы красоты и т. п.);

– характер отношений между коммуникантами: параметр не является релевантным в данной КСАВП;

– условия осуществления неречевой деятельности субъектов коммуникации: если КСАВП-6 разворачивается в режиме реального времени (прямой эфир с аудиторией в студии, трансляция мероприятия), все актанты КСАВП-6 находятся в одних тех же условиях, а перевод осуществляется синхронно. Если КСАВП-6 представляет собой трансляцию заранее отснятого и обработанного контента, то условия осуществления неречевой деятельности соответствуют типичной производственной цепочке: дистрибуция – перевод и локализация – потребление.

– тип локализации: в большинстве случаев – закадровый перевод, который осуществляется и озвучивается командой локализации, либо фанатский закадровый перевод, который осуществляется и озвучивается одним и тем же человеком. В случае выхода рекреационного аудиовизуального произведения в прямом эфире, осуществляется устный синхронный АВП. В обоих случаях, особенно если аудиовизуальное произведение посвящено спортивной тематике, закадровый перевод принимает форму свободного комментария, когда переводчик не столько переводит, сколько комментирует ситуацию, разворачивающуюся на экране, высказывает собственные суждения, дает оценки и критические комментарии.

2. Вторичные параметры КСАВП-6:

– контакт коммуникантов: опосредованный, за исключением случаев, когда зрители находятся непосредственно в студии и с ними возможен непосредственный контакт;

– форма контакта: параметр не является релевантным;

– расположение коммуникантов: контактное в случае съемок и перевода в студии перед аудиторией, дистантное в случае просмотра аудиовизуального произведения на той или иной медиаплатформе;

– наличие обратной связи от получателей перевода: в случае прямых эфиров обратная связь может быть преднамеренной непосредственной: от комментариев ведущего или гостей в студии до обратной связи от аудитории по окончании трансляции. В случае размещения рекреационных аудиовизуальных произведений на интернет-видеоплатформах, обратная связь осуществляется непреднамеренно посредством комментариев, которые зрители оставляют либо под видео, либо непосредственно на видеоряде. Довольно часто такие комментарии содержат критику перевода отдельных шуток и гэгов, обсуждение вариантов перевода и благодарность переводчику за его труд.

3.7. Коммуникативная ситуация перевода видеоигр (КСАВП-7)

Видеоигра – «это интерактивная игра, реализуемая посредством аудиовизуального устройства и опирающаяся на сюжетную структуру» [Esposito 2005]. Это синкретичное интерактивное аудиовизуальное произведение, сочетающее элементы нарратива, геймплея (взаимодействия игры и игрока) и полимодальной коммуникации, перевод которого выходит за рамки традиционных видов, таких как дублирование и субтитры в кино. Исследователи выделяют три основных типа видеоигр: «экшен (англ. action) – игра, в которой стремительно развиваются события, игрок должен действовать быстро; ролевая игра (англ. RPG, role playing game) – пользователь управляет действиями одного или нескольких персонажей;

квест (англ. quest) – игра, представляющая собой виртуальный мир, в котором необходимо разгадать некую загадку, найти что-либо» [Коптелова, Руцкая 2022: 18]. В зависимости от типа, видеоигры требуют синхронизации локализации с интерактивными игровыми механиками. Ключевыми функциями видеоигр являются:

– развлекательная – видеоигра представляет собой средство обеспечения досуга, эмоциональной разрядки и разнообразия деятельности посредством использования различных типов геймплея и нарратива. Любая игра построена по соревновательному принципу, при котором суть геймплея состоит в периодическом вознаграждении игрока за отдельные достижения и победы, что способствует выработке гормонов счастья и моральному удовлетворению игрока;

– социализирующая – несмотря на кажущуюся интровертную природу увлечения видеоиграми, они способствуют формированию и укреплению виртуальных социальных связей, интегрируя игроков в виртуальные сообщества, посредством общего геймплея, голосовых и текстовых чатов, возможности влиять на ход игры;

– образовательно-развивающая – видеоигры могут включать элементы реального исторического нарратива, формируя ценностные ориентиры, тактическое и стратегическое мышление, реакцию, критическое мышление и цифровую грамотность.

1. Первичные параметры КСАВП-7:

– роль инициатора перевода: инициатором перевода в большинстве случаев становится компания-разработчик, которая планирует распространять свой игровой контент на глобальном рынке. Команда локализации может работать параллельно с разработчиками, либо заниматься локализацией уже готовой видеоигры. В отдельных случаях инициаторами перевода могу стать игроки, например, участвующие в краудсорсинговых проектах платформ наподобие Steam Translation Server в качестве переводчиков-волонтеров;

– цель перевода: обеспечить максимально возможное погружение игрока в игровой мир на родном языке за счет адаптации вербального компонента видеоигры под культурные, социальные и технические реалии *locale* языка перевода. Процесс перевода тесно связан с полным циклом локализации игры, включающим не только адаптацию вербальных и иногда визуальных компонентов, озвучивание под дублирование и создание субтитров, но и параллельное предварительное тестирование переведенной и локализованной версии игры. При работе в рамках КСАВП-7 особенно важно помнить об интерактивной природе видеоигр и добиваться максимальной синхронизации текста перевода и геймплея. Также важной целью перевода, как и в случае КСАВП, связанных с переводом кинематографических произведений, является обеспечение коммерческого успеха игры, что достигается только при высоком качестве перевода и локализации;

– целевая аудитория: как правило, четко ограничена по возрасту и подразумевает наличие соответствующей возрастной маркировки. Иногда отдельные издатели перестраховываются и применяют так называемые фильтры содержимого, цензурируя сцены насилия и жестокости, убирая из видеоряда изображения крови и оторванных конечностей, используя эвфемизмы для замены обсценной лексики [Локтионов 2022]. В большинстве случаев ЦА видеоигр – фанатское сообщество, которое хорошо ориентируется во вселенной конкретной игры или серии игр, что требует от переводчика глубокого погружения в мир игры и строжайшего соблюдения ее канона;

– характер отношений между коммуникантами: параметр не является релевантным в данной КСАВП;

– условия осуществления неречевой деятельности субъектов коммуникации: обусловлены целью обеспечения максимально комфортного игрового опыта, поэтому вся работа по созданию, переводу и локализации видеоигры построена на требовании обеспечить условия для иммерсивного

погружения игрока во вселенную игры и оказания на него максимального коммуникативного и эмоционального воздействия;

– тип локализации: зависит от типа игры, специфики геймплея и привычек реципиентов. Чаще всего используется смешанный тип локализации: перевод производится под дубляжный липсинк, который сопровождается субтитрами с указанием дополнительной информации. В некоторых случаях выполняется несколько локализаций одной и той же игры разными командами, например, Half-Life 2 (2004) от Valve была локализована сначала компанией SDL International, а затем компанией «Бука» [Локтионов 2022].

2. Вторичные параметры КСАВП-7:

– контакт коммуникантов: опосредованный;

– форма контакта: параметр не является релевантным;

– расположение коммуникантов: дистантное;

– наличие обратной связи от получателей перевода: в КСАВП-7 обратная связь наиболее разнообразна и может быть как непосредственной, так и опосредованной. Она может устанавливаться между инициаторами перевода и всеми переводчиками (например, на платформе Steam Translation Server имеется специальное поле для глобального обсуждения переводчиками переводимого токена [Steam 2026]); между инициаторами перевода, командами локализации и игроками (за счет наличия большого количества фанатских сообществ, посвященных той или иной видеоигре). Некоторые инициаторы перевода специально привлекают фанатские сообщества к разработке новых версий игр. Хорошим примером может стать предстоящий релиз игры Gothic 1 Remake, которая пользуется популярностью у игроков уже 25 лет. При разработке новой версии игры пользователи активно привлекались на всех этапах локализации, включая перевод, для оформления новой версии игры использовался фанарт и интерактивные карты, созданные пользователями и т. п. [THQ Nordic Inside 2026]. Еще одним популярным видом организации обратной связи

выступают видеообзоры локализаций игр (например, проект Д. Карамышева «Трудности перевода»), в рамках которых специалисты в области локализации, а также опытные игроки обсуждают качество локализаций отдельных видеоигр. Важно отметить, что на основании таких обзоров члены команды локализации вносят изменения в перевод, в новых релизах игр учитываются результаты экспертных обзоров [Локтионов 2022].

3.8. Коммуникативная ситуация перевода пользовательского контента (КСАВП-8)

Пользовательский контент или UGC-контент (User generated content – контент, сгенерированный пользователем) – это оригинальные материалы, создаваемые пользователями и размещаемые ими в социальных сетях и на различных медиаплатформах. Термин пришел из маркетинга и изначально понимался как «любой контент, созданный пользователями или клиентами бренда в социальных сетях» [Зорина, Садковкин 2025: 176]. Пользовательский контент может создаваться как в моно- и поликодовом формате (отзывы, комментарии, блоги, фанфики и т. п.), так и в полимодальном аудиовизуальном формате. Это могут быть видео, демонстрирующие распаковку товара, обучающие видео, видеообзоры, влоги (видеоблоги), стримы (прямые эфиры) с комментариями и т. д. Форматы пользовательского контента разнообразны и могут включать в себя элементы форматов всех описанных выше КСАВП. Ключевые функции пользовательского контента следующие:

– экспрессивная – позволяет пользователям самовыразиться, поделиться эмоциями, опытом и собственным творчеством через персонализированный контент в формате влогов и стримов-фанфиков. UGC-контент служит в качестве средства самопрезентации, трансляции идентичности пользователей, их взглядов, увлечений или историй из жизни;

– коммуникативная – сама природа такого рода аудиовизуальных материалов строится на возможности Web 2.0 обеспечивать обратную связь от реципиентов пользовательского контента. Авторы часто призывают

зрителей к диалогу в комментариях под видео и нередко сами вступают в этот диалог посредством ответа на комментарии или подготовки нового аудиовизуального контента. Стримы и видеообзоры превращаются в интерактив, в рамках которого зрители могут влиять на развитие сюжета с помощью комментариев в чатах или создания дуэтов – когда зритель или стример записывают параллельное видео рядом с оригинальным стримом, реагируя на него в режиме реального времени;

– информационно-маркетинговая – реализуется через обзоры товаров, обучающие видео, видео с распаковкой товаров и т. п. Пользователи информируют аудиторию о характеристиках товаров, демонстрируя их в режиме реального времени. В видеообзорах рассказывается о плюсах и минусах тех или иных товаров, а в стримах демонстрируется процесс использования товара. Важно оговориться, что в рамках данной функции КСАВП-8 сближается с КСАВП-6, но если цель рекламы – продать товар и сформировать определенный образ жизни у реципиента, то цель пользовательского контента – привлечь максимальное внимание не столько к самому товару, сколько к специфике подачи информации. Только с ростом целевой аудитории подписчиков пользователь может претендовать на реальный рекламный контракт;

– партиципативная – пользовательский контент традиционно создается в рамках тематик, которые интересны максимальному количеству реципиентов. Активное потребление такого контента и возможность соучастия в его создании, продвижении и развитии объединяет людей в фанатские сообщества, формирует лояльность и инициирует творчество через разнообразные хештег-челленджи, снижает чувство изоляции в цифровой среде.

1. Первичные параметры КСАВП-8:

– роль инициатора перевода: инициатором перевода является чаще всего сам автор пользовательского контента или пользователь, решивший локализовать чужой контент. Необходимо отметить, что большинство

зрителей потребляют такого рода аудиовизуальные произведения либо на языке оригинала, либо с применением систем автоматического перевода (машинного перевода и перевода посредством систем искусственного интеллекта), но в отдельных случаях авторы пользовательского контента, желающие получить максимальное количество просмотров, занимаются переводом собственных аудиовизуальных произведений или аудиовизуальных произведений, созданных другими блогерами;

– цель перевода: расширить охват реципиентов, получить максимальное число подписчиков и сделать свой контент доступным для широкой аудитории. Важно, что некоторые форматы пользовательского контента (например, стримы), часто не несут какой-либо художественной ценности или смысловой нагрузки: пользователи показывают свою жизнь в режиме реального времени, совершают в кадре нетривиальные поступки, демонстрируют прохождение видеоигр, поэтому перевод в данном случае необходим не столько для передачи специфики самих текстов, генерируемых пользователями, сколько для привлечения новой зрительской аудитории;

– целевая аудитория: целиком и полностью зависит от содержания пользовательского контента. Обучающие видео и видео, демонстрирующие товары, интересны широкому кругу реципиентов, в то время как стримы с комментариями к чужим видеоматериалам или с демонстрацией прохождения уровней видеоигры – узкому кругу интересующихся зрителей;

– характер отношений между коммуникантами: подчеркнуто неофициальный. Авторы пользовательского контента общаются со своей аудиторией в режиме реального времени через чат, интерактивные инструменты, доступные на конкретной медиаплатформе, и постстрим активности, поддерживая ощущение личного дружеского диалога и ощущение неформального сообщества;

– условия осуществления неречевой деятельности субъектов коммуникации: принципиальная задача авторов пользовательского контента – занять особое место в процессе осуществления неречевой

деятельности своих реципиентов. Интерес к контенту постоянно поддерживается посредством опросов, викторин, организации сбора донатов, челленджей или тематических дней. Учитывая, что доступ к медиаплатформам, на которых публикуется пользовательский контент, можно получить с любого устройства, реципиент получает возможность вступить в коммуникацию в любом месте и любое время;

– тип локализации: как уже упоминалось, большая часть пользовательского контента демонстрируется и потребляется на языке оригинала и не подвергается переводу. Если реципиенты не владеют языком оригинала, у них есть возможность подключить автоматические субтитры или автоматический закадровый перевод. Этого достаточно для понимания контекста сообщения, так как чаще всего основным модусом пользовательского контента является визуальный. Но в случае возникновения необходимости локализации пользовательского контента, применяется закадровый перевод, который выполняется непосредственно автором контента или представителями любительских студий озвучивания. Для коротких роликов авторы иногда создают субтитры, цель которых не только передать вербальную составляющую звучащего текста, но и привлечь внимание, поэтому субтитры могут создаваться с нарушением правил, размещаться в любой части экрана, менять цвет и сопровождаться стикерами, эмодзи и другими дополнительными элементами визуального оформления.

2. Вторичные параметры КСАВП-8:

– контакт коммуникантов: непосредственный, с применением цифровых коммуникационных технологий;

– форма контакта: устная либо устно-письменная;

– расположение коммуникантов: дистантное, что является принципиальным условием демонстрации пользовательского контента;

– наличие обратной связи от получателей перевода: осуществляется посредством всех доступных средств: устного вербального общения (риторические и иные вопросы, комментарии, озвучивание

сообщений из чатов), письменного интерактивного вербального общения (чаты), отложенного вербального общения (опросы, дуэты, общение на других платформах), невербального общения (демонстрация мимики и жестов через веб-камеру). Обратная связь – принципиальное условие реализации КСАВП-8, поэтому авторы контента привлекают максимальное количество платформ и форматов, чтобы находиться в постоянном диалоге со своей аудиторией.

Анализ параметров КСАВП позволяет сделать вывод, что релевантность или нерелевантность тех или иных параметров зависит как от типа КСАВП и функций аудиовизуальных произведений, в ней реализующихся, так и от цели перевода. В таблице 3.1 представлена матрица релевантности отдельных параметров КСАВП. Знак «+» означает, что соответствующий параметр релевантен и влияет на выбор переводческой стратегии и тактики, знак «–» означает, что параметр нерелевантен, что свидетельствует об отсутствии необходимости особого учета данного параметра в процессе формулирования стратегии перевода и отбора релевантных тактик и переводческих операций. Сочетание знаков «+/–» означает, что параметр потенциально релевантен, но не обязателен к учету в процессе развертывания соответствующей КСАВП.

Таблица 3.1

Матрица релевантности параметров КСАВП

КСАВП / Параметр	1	2	3	4	5	6	7	8
Первичные параметры КСАВП								
Роль инициатора перевода	+	+	+	+	+	+	+	+
Цель перевода	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦА	+	+	+	+	+	+	+	+
Тип локализации	+	+	+	+	+	+	+	+
Характер отношений коммуникантов	–	–	–	–	–	–	–	+
Условия осуществления неречевой деятельности	+/–	+/–	+/–	+/–	+/–	+/–	+/–	+
Вторичные параметры КСАВП								
Контакт коммуникантов	–	–	–	–	–	+/–	–	+
Форма контакта	–	–	–	–	–	+/–	–	–
Расположение коммуникантов	–	–	–	–	–	+/–	–	–
Наличие обратной связи	+/–	+/–	+/–	+/–	+/–	+/–	+	+

Из таблицы 3.1 видно, что существуют ключевые параметры, которые необходимо учитывать при разработке стратегий перевода и переводческих тактик. Это роль инициатора перевода, цель перевода, специфика целевой аудитории и тип локализации аудиовизуального произведения. Именно на эти параметры необходимо обратить особое внимание, так как они становятся определяющими при принятии переводческого решения. Исключение составляет КСАВП-8, интерактивная природа которой диктует необходимость учитывать характер отношений коммуникантов и специфику их контакта. Факультативными параметрами КСАВП являются условия осуществления неречевой деятельности коммуникантов и наличие обратной

связи, так как они могут влиять на процесс формирования стратегии и отбора тактик в рамках конкретной КСАВП, а могут быть нерелевантными, что объясняется их постоянным характером, не зависящим, например, от жанра переводимого аудиовизуального произведения. Так, в КСАВП-1 производственная цепочка и специфика осуществления профессиональной деятельности актантов будут неизменными как при переводе триллеров, так и при переводе комедий – на каждой из стадий реализации производственной цепочки ее участники осуществляют одну и ту же предметную деятельность. Некоторые параметры принимаются как нерелевантные, так как они не меняются в зависимости от специфики КСАВП и никак не влияют на процесс принятия переводческих решений. Например, расположение коммуникантов в подавляющем числе КСАВП будет дистантным, поэтому, несмотря на специфику реализации других параметров КСАВП, этот параметр на процесс осуществления перевода никак не влияет. Указанные закономерности становятся основой для выбора стратегии и тактик перевода в различных КСАВП, чему будет посвящена четвертая, заключительная, глава данного диссертационного исследования.

Выводы по главе 3

1. В случае коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода (КСАВП) типологический признак изначального планирования / не планирования осуществления перевода не является релевантным. Аудиовизуальный перевод может планироваться еще до момента создания аудиовизуального произведения и инициироваться одновременно с началом коммуникации; он может планироваться в процессе создания аудиовизуального произведения, когда этап перевода совпадает с этапом постпродакшена – финальным этапом создания аудиовизуального произведения; также аудиовизуальный перевод может планироваться после того, как аудиовизуальное произведение уже готово, а в процессе его создания коллективный автор не предпринимал попыток его локализации. Более того, одно и то же аудиовизуальное произведение может подвергаться переводу в рамках всех трех указанных коммуникативных событий.

2. Наиболее валидным дифференцирующим признаком для типологизации КСАВП является формат аудиовизуального произведения. Это константная характеристика, которая определяет цель коммуникации и специфику оказания коммуникативного эффекта на реципиента. Формат аудиовизуального произведения также выступает определяющим признаком для описания ключевых параметров КСАВП: цели перевода, типа локализации, характера взаимодействия актантов и прочих условий осуществления неречевой деятельности субъектов коммуникации.

3. Анализ различных форматов аудиовизуальных произведений позволил выделить восемь КСАВП в соответствии с коммуникативно-функциональными характеристиками каждого формата: КСАВП художественных аудиовизуальных произведений; КСАВП документальных аудиовизуальных произведений; КСАВП информационно-аналитических аудиовизуальных произведений; КСАВП обучающих аудиовизуальных произведений; КСАВП рекламных аудиовизуальных произведений; КСАВП

рекреационных аудиовизуальных произведений; КСАВП видеоигр; КСАВП пользовательского контента.

4. Ключевые параметры КСАВП могут быть описаны на основе функциональных характеристик, выделенных для каждого из форматов. Одни параметры коммуникативной ситуации являются универсальными для всех КСАВП, другие параметры уникальны для конкретных КСАВП и оказывают существенное влияние на результат перевода и локализации.

5. В разных КСАВП отдельные параметры могут иметь разную степень релевантности. Роль инициатора перевода, цель перевода, специфика целевой аудитории и тип локализации аудиовизуального произведения являются ключевыми параметрами всех рассмотренных КСАВП и непосредственно влияют на процесс разработки стратегии перевода, а также отбор тактик перевода и переводческих операций. Условия осуществления неречевой деятельности коммуникантов и наличие обратной связи являются факультативными параметрами, так как их релевантность зависит от частной специфики отдельно взятой КСАВП. Часть параметров признаются нерелевантными, так как не зависят от конкретной КСАВП и не влияют на принятие переводческого решения.

ГЛАВА 4. СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА

Интегральной составляющей коммуникативно-функциональной концепции АВП, разработанной в рамках данного исследования, являются стратегически-тактические виды деятельности аудиовизуального переводчика, включающие планирование им собственной деятельности с учетом комплексного характера локализации аудиовизуальных произведений, а также отбор переводческих стратегий, тактик и переводческих операций в условиях разнообразия коммуникативных ситуаций с сипользованием АВП. В связи с этим необходимо определиться с терминологическим аппаратом в данной области реализации заявленной концепции, выявить стратегии перевода, применяемые в АВП, а также подробно описать и проиллюстрировать тактики аудиовизуального перевода, применяемые в рамках реализации выявленных стратегий.

4.1. Основные подходы к пониманию сущности стратегии перевода

Термин «стратегия перевода» относится к числу наиболее часто употребляемых, но при этом наиболее неоднозначных и полисемичных понятий современного переводоведения, на что обращают внимание многие исследователи. Например, И. Гамбье справедливо замечает, что термин «стратегия перевода» имеет довольно неоднозначный характер, так как он не только применяется к явлениям различного порядка, но и «вступает в конкуренцию с дюжиной других терминов: процедуры, техники, операции, изменения, переходы, методы, замены и т. д.» [Gambier 2010: 412]. На отсутствие терминологического консенсуса в случаях, когда речь идет о принятии переводческого решения на том или ином уровне абстракции, обращает внимание и А. Скольдеер, отмечая, что под стратегиями перевода могут пониматься «варианты перевода, подходы, методы, процедуры, принципы и т. д.» [Schjoldager 2008: 67]. Данную тенденцию подтверждает и анализ тем выпускных квалификационных работ российских студентов –

будущих переводчиков, проведенный А. Ю. Ивлевой и коллегами. В большей части студенческих работ, в которых изначально заявлялось изучение стратегии перевода, все сводится к анализу осуществленных переводческих операций. В ряде случаев термин «стратегия перевода» приравнивается к понятию «переводческая трансформация», а в отдельных работах термины «стратегия перевода», «тактика перевода» и «переводческая операция» используются в качестве синонимов [Ивлева и др. 2023]. Подобная терминологическая неупорядоченность приводит к тому, что один и тот же термин в разных работах может обозначать противоположные по масштабу явления, а иногда и вовсе использоваться как синоним «метода», «приема», «тактики» или «принципа». Некоторые исследователи (см., например, [Витренко 2008]) предлагают в принципе отказаться от термина «стратегия перевода» в силу его недостаточной строгости и терминологической размытости.

В поиске ответа на вопрос, что такое стратегия, обратимся к современным русско- и англоязычным толковым словарям. Рассмотрим дефиниции стратегии в словарях, фиксирующих нормы современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации, а также в некоторых из наиболее авторитетных британских и американских толковых словарей английского языка. Традиционно значение лексемы «стратегия» связывается с военными действиями – «высшая область военного искусства – ведение крупных военных операций и войны в целом» [Толковый словарь государственного языка Российской Федерации 2025: 314]; «военное мероприятие, при котором военное командование вырабатывает общий план и способ ведения войны» [Большой толковый словарь русских существительных 2005]. Подобное толкование вполне закономерно, так как восходит к этимологии слова «стратегия», заимствованного из греческого языка и означающего искусство ведения войны: «stratēgia < stratos войско + agō веду» [Крысин 2012].

При этом словарная дефиниция стратегии увязывается с планированием собственных действий, причем, долгосрочного порядка: «искусство планирования какой-либо деятельности (экономической, научной и т. п.) на длительную перспективу» [Кузнецов 2000]; «общий, не детализированный план какой-либо деятельности (экономической, научной, производственной и т. п.), охватывающий длительный период времени» [Толковый словарь государственного языка Российской Федерации 2025: 314]. Интересно, что именно на семантике планирования делается акцент в англоязычных толковых словарях: “a detailed plan for achieving success in situations such as war, politics, business, industry, or sport, or the skill of planning for such situations” («подробный план по достижению успеха в войне, политике, бизнесе, промышленности, спорте или искусство планирования действий в подобных ситуациях») [Cambridge Dictionary]; “a plan that is intended to achieve a particular purpose” («план, который необходим для достижения конкретной цели») [Oxford Learner’s Dictionary]; “a careful plan or method for achieving a particular goal usually over a long period of time” («тщательно проработанный план или метод достижения конкретной цели, часто в долгосрочной перспективе») [Merriam Webster Dictionary].

Таким образом, обобщенное значение лексемы «стратегия» сводится к двум тесно связанным идеям:

– долгосрочное, общее планирование (в отличие от ситуационно применяемого набора конкретных приемов и операций);

– выработка и реализация плана достижения цели в сложной, многофакторной ситуации, требующей координации ресурсов, прогнозирования последствий и осознанного выявления и расстановки приоритетов.

Такое понимание стратегии отчасти отражается в подходах к общей трактовке термина «стратегия перевода», предлагаемых представителями классической западной переводческой школы. Все эти подходы традиционно осмысляют стратегию перевода через бинарные оппозиции. Это могут быть

оппозиции, включающие микро- и макростратегии или локальные и глобальные стратегии. Дихотомия микро- и макростратегий (по Х. Крингсу) обусловлена пониманием стратегии перевода как потенциально осознанного плана по решению конкретной переводческой проблемы, где макростратегия – совокупность способов решения ряда переводческих проблем, а микростратегия – путь решения конкретной переводческой проблемы [Комиссаров 1999: 92]. Деление на локальные и глобальные стратегии перевода осуществляется по схожему принципу: «локальные стратегии связаны непосредственно с переводом отдельных языковых структур и лексических единиц, в то время как глобальные стратегии применяются на более общем уровне и касаются широких вопросов текстового стиля, а также выбора между сглаживанием или акцентированием внимания на определенных аспектах исходного текста» [Kearns 2011: 283].

Такая дихотомическая природа сущности понятия «стратегия перевода» не случайна: она завязана на семантику лексемы «стратегия» (долгосрочное планирование в условиях конфликта / неопределенности), но в переводоведении приобрела особую остроту из-за двойственной природы акта перевода, в котором задействованы представители разных культурных общностей. По принципу бинарной оппозиции выстраиваются многие концепции, связанные со стратегической природой переводческого процесса: прямой перевод vs косвенный перевод [Vinay, Darbelnet 1995: 31]; динамическая эквивалентность vs формальная эквивалентность [Nida, Taber 2003: 22–24], семантический перевод vs коммуникативный перевод [Newmark 1981: 39], форенизация vs доместикация [Venuti 1995: 20], документальный vs инструментальный перевод [Nord 2005: 80], ориентация на текст на языке оригинала vs ориентация на текст на языке перевода [Schjoldager 2008: 71]. С другой стороны, кроме предложенной бинарной оппозиции в рамках макростратегий реализуется и оппозиция макростратегия vs микростратегия, когда под стратегией понимаются пути непосредственного языкового воплощения текста перевода. Стратегия в этом

случае предстает в форме отдельных приемов, используемых для решения конкретных переводческих задач: генерализация, экспликация, адаптация и т. п. Такой подход объясняется многослойностью и иерархичностью процесса перевода: перевод понимается как деятельность вообще; как действия, необходимые для достижения цели; а также как операции, то есть способы выполнения конкретных действий [Chesterman 2016: 88]. Соответственно, стратегия перевода может рассматриваться как элемент любого из данных уровней иерархии, что вызывает существенные расхождения в понимании данного термина. Как справедливо отмечает Д. Н. Шлепнев, трактовка понятия «стратегия перевода» напрямую зависит от научной традиции, в рамках которой используется данный термин, и «“неправильное” словоупотребление оказывается “правильным” в заданной (кем-то) терминосистеме» [Шлепнев 2018: 163]. Анализ основных работ, посвященных исследованию стратегии перевода, позволил выделить три базовых подхода к пониманию данного явления, которые будут подробно рассмотрены ниже.

4.1.1. Лингвистический продуктоориентированный подход (микростратегии)

В рамках данного подхода акцент ставится на то, как переводчик манипулирует языковым материалом в целях получения качественного продукта – текста как результата переводческой деятельности. Яркий пример – классическая работа канадских лингвистов Ж.-П. Вине и Ж. Дарбельне. В рамках макростратегии перевода они начинают свои рассуждения о методах перевода, выявляя следующие шаги, которые необходимо произвести переводчику в процессе формулирования текста на языке перевода: идентифицировать единицу перевода, проанализировать исходный текст, реконструировать ситуацию, в рамках которой было создано сообщение, взвесить и оценить стилистические эффекты и т. п. [Vinay, Darbelnet 1995: 30]. Однако дальнейшие действия переводчика трактуются именно в рамках лингвистического продуктоориентированного подхода. Ж.-

П. Вине и Ж. Дарбельне формулируют основные приемы прямого (заимствование, калькирование, буквальный перевод) и косвенного перевода (транспозиция, модуляция, эквиваленция, адаптация) [Там же. С. 31–39], легшие в основу классификаций переводческих решений (в зарубежной теории перевода) и переводческих трансформаций (в отечественной теории перевода).

Подобного подхода к пониманию стратегии перевода придерживается большое количество авторов, модифицируя таксономию Ж.-П. Вине и Ж. Дарбельне, добавляя к ней новые микростратегии перевода. Например, К. Зетсен выделяет пять микростратегий: опущение, объективное и субъективное добавление, экспликацию, изменение структуры и парафразу [Zethsen 2009]. А. Скольдеер включает в свою таксономию 12 видов микростратегий (прямой перенос, калька, прямой перевод, косвенный перевод, экспликация, парафраза, конденсация, адаптация, добавление, замена, опущение, пермутация) [Schjoldager 2008: 92]. Д. Делабастита утверждает, что стратегия перевода, как нечто цельное, определяется пятью трансформационными категориями: заменой, повтором, опущением, добавлением и пермутацией [Delabastita 1993: 39]. Аналогичную позицию занимает и Т. А. Волкова, определяя стратегию перевода как «неконечную совокупность профессиональных, эффективных, динамических, логически взаимосвязанных, последовательных универсальных и индивидуальных приемов» [Волкова 2010: 21].

Подробную таксономию локальных стратегий перевода в рамках рассматриваемого подхода приводит А. Честерман, который также указывает на существование бинарной оппозиции глобальной стратегии понимания и локальной стратегии производства. Стратегия понимания напрямую связана с анализом исходного текста и процессом выполнения перевода, тогда как стратегии производства, которые непосредственно интересуют автора, связаны с тем, как переводчик работает с языковым материалом и продуцирует текст приемлемого качества [Chesterman 2016: 92]. Таким

образом, в трактовке А. Честермана стратегии перевода имеют исключительно лингвистическую природу и могут быть напрямую выявлены в тексте перевода при его сопоставлении с текстом оригинала, представляя собой набор лингвистических инструментов, совокупность текстовых манипуляций, которая позволяет переводчику соблюсти нормы перевода. Речь не идет об эквивалентности текстов оригинала и перевода – стратегия позволяет переводчику получить оптимальный вариант перевода, наилучший из вариантов, доступных в заданной коммуникативной ситуации. А. Честерман выделяет четыре критерия стратегии перевода: ориентированность на цель коммуникации, сфокусированность на проблеме, осознанный характер применения, интерсубъектность, то есть понятность не только переводчику, который применил ту или иную стратегию, но и реципиенту перевода [Chesterman 2016: 86–89].

Классификация стратегий перевода, предложенная А. Честерманом, носит эвристический характер. Он выделяет синтаксические/грамматические стратегии (буквальный перевод, заимствование/калькирование, транспозиция, замена на уровне морфем, изменение структуры фразы/предложения и т. д.), семантические стратегии (синонимическая, антонимическая и прочие виды семантических замен, конкретизация и генерализация, парафраза и т. д.), прагматические стратегии (культурная фильтрация, добавление/опущение информации, изменение тональности, частичный перевод и т. д.). Указанные стратегии могут пересекаться, дробиться на подстратегии и применяться в комплексе [Chesterman 2016: 91–108].

Аналогичный лингвистический подход применяет М. Бейкер, выделяя стратегии для преодоления конкретных переводческих трудностей в тех случаях, когда в языке перевода отсутствует эквивалент лексической единицы, функционирующей в тексте оригинала. В разных ситуациях отсутствия эквивалентности (non-equivalence) переводчики могут обращаться к различным стратегиям, включающим перевод более общим словом,

перевод более нейтральным / менее экспрессивным словом, перевод – культурную замену, перевод с использованием заимствования или заимствования + экспликации, перевод-парафразу с использованием семантически близкого (связанного) слова, перевод-парафразу с использованием семантически не связанного слова, перевод-опущение, перевод-иллюстрацию [Baker 2011: 23–44]. По аналогичному принципу М. Бейкер выстраивает таксономию стратегий, используемых при переводе идиом [Baker 2011: 75–86] и в случае возникновения несоответствий между синтаксической организацией текста на языке оригинала и его коммуникативной функцией в языке перевода [Baker 2011: 176–180].

Необходимо отметить, что лингвистический продуктоориентированный подход предлагает локальные стратегии как прекрасный инструмент принятия, описания и сравнения конкретных переводческих решений. Однако данный подход к пониманию сущности стратегии перевода, фокусируясь на сопоставлении текстов оригинала и перевода, не всегда вскрывает процессы, протекающие за рамками такого сопоставления, и не позволяет сформулировать стратегию как относительно долгосрочный план действий, позволяющий последовательно прийти к искомому результату – достижению цели коммуникации с использованием перевода.

4.1.2. Когнитивный проблемно-ориентированный подход

В. Лёршер – яркий представитель рассматриваемого подхода – понимает стратегии перевода как процедуры, которые применяются для разрешения переводческих проблем [Lörscher 1996: 27]. Проблема – то, что становится препятствием для конкретного переводчика в конкретной ситуации перевода, стратегия – то, что позволяет прийти к решению проблемы не автоматически в рамках рутинных прескриптивных правил и закономерностей, а в процессе приложения когнитивных усилий переводчика. В. Лёршер рассматривает переводческие стратегии как своеобразные строительные блоки процесса перевода, из которых

выстраиваются более сложные структуры, что вызвано необходимостью решать ту или иную переводческую проблему. Методика выявления стратегий – ретроспективное исследование по протоколу «Думать вслух». На основании выделения 22 элементов стратегий перевода – естественных, то есть применяемых при разрешении проблемной ситуации в переводе, и потенциальных, то есть возникающих в нестратегических фазах переводческой деятельности, – В. Лёршер формулирует пять структурных типов стратегии перевода [Lörscher 1996: 28–29]:

1. RP (осознание переводческой проблемы) – (P – проблема) SP (решение переводческой проблемы)#/SP∅ (решение переводческой проблемы еще предстоит найти).

2. RP (осознание переводческой проблемы) – –>SP (поиск предварительного возможного решения переводческой проблемы) – (P – проблема) SP (решение переводческой проблемы)#/SP∅ (решение переводческой проблемы еще предстоит найти).

3. (RP (осознание переводческой проблемы)) – VP (вербализация переводческой проблемы) – (P – проблема) SP (решение переводческой проблемы)#/SP∅ (решение переводческой проблемы еще предстоит найти).

4. (RP (осознание переводческой проблемы)) – (–>SP (поиск предварительного возможного решения переводческой проблемы)) – VP (вербализация переводческой проблемы) (–>SP (поиск предварительного возможного решения переводческой проблемы)) – (P – проблема) SP (решение переводческой проблемы)#/SP∅ (решение переводческой проблемы еще предстоит найти) как минимум одно предварительное решение проблемы должно быть реализовано.

5. (…) (P – проблема) SPa (часть (a) решения переводческой проблемы) SPa∅ (часть (a) решения переводческой проблемы еще предстоит найти) (…) (P – проблема) SPb (часть (b) решения переводческой проблемы) SPb∅ (часть (b) решения переводческой проблемы еще предстоит найти) (…)(P –

проблема) SPc (часть (c) решения переводческой проблемы) SPc∅ (часть (c) решения переводческой проблемы еще предстоит найти) – (…).

Из представленных базовых структур переводческих стратегий могут формироваться расширенные и комплексные структуры, сложность которых напрямую связана с теми проблемами, с которыми сталкивается переводчик.

В рамках когнитивного проблемно-ориентированного подхода выстраивает свою типологию переводческих стратегий Д. Берген, выделяя стратегии понимания, переноса и производства [Bergen 2006, цит. по: Owji 2013]. Аналогичный подход применялся в проекте PACTE, посвященном эмпирическому исследованию процесса овладения переводческой компетенцией в рамках письменного перевода, где исследователям удалось выявить корреляцию между отдельными переводческими действиями и спецификой решения переводческой проблемы [PACTE GROUP 2003: 55].

Когнитивный проблемно-ориентированный подход к исследованию феномена стратегии перевода подчеркивает эвристическую и динамическую природу процесса перевода, который предстает не как линейно организованная деятельность по постепенной замене элементов оригинала элементами перевода, а как разновекторный и прерывистый процесс решения проблем. При этом предложенная таксономия не дает ответа на вопрос, как действовать переводчику, столкнувшемуся с конкретными проблемами, что ограничивает прогностический потенциал данной таксономии.

4.1.3. Коммуникативно-функциональный телеологически ориентированный подход (макростратегия)

Телеологический подход к изучению стратегии перевода принципиально рассматривает перевод не как механический лингвистический процесс, а как целенаправленную деятельность, подчиненную достижению конкретной цели. В рамках этой парадигмы стратегия перевода, представляющая собой глобальный план осуществления профессиональной деятельности переводчика, определяется целью и

спецификой коммуникативной ситуации, которые задают направление и принципы всей дальнейшей работы.

Говоря о переводе как о процессе профессиональной деятельности, Ю. Найда выделяет технические и организационные процедуры, определяющие профессиональное поведение переводчика. К техническим процедурам относятся следующие: 1) анализ языков оригинала и перевода, источника текста оригинала и реципиента текста перевода; 2) подробный анализ текста на языке оригинала; 3) выбор соответствующих эквивалентов в языке перевода [Nida 1964: 241]. Организационные процедуры (которые описывают порядок действий в случае, если перевод выполняется одним человеком, а также в случае, если перевод выполняется группой людей, то есть комитетом), включают ознакомление с оригиналом, поиск дополнительной фоновой информации, сравнительный анализ существующих переводов, черновой перевод, саморедактирование по истечении небольшого периода времени, чтение перевода вслух с целью оценить стилистическую и ритмическую организацию текста перевода, изучение реакции реципиента (в процессе прочтения текста перевода другому человеку), передачу текста перевода на редактирование более опытному переводчику, финальное редактирование текста перевода перед его публикацией [Nida 1964: 245–247].

Таким образом, в парадигме коммуникативно-функционального телеологически-ориентированного подхода природа стратегии перевода рассматривается на более высоких уровнях иерархии: «перевод как деятельность» и «перевод как действие». На деятельностный подход к пониманию стратегии перевода неоднократно обращали внимание К. Райс и Х. Вермеером, которые сопоставляют теорию перевода с теорией действия [Reiß, Vermeer 2014: 85]. Действие всегда начинается с конкретной ситуации, которая определенным образом оценивается конкретным человеком. Затем этот человек производит действие в соответствии с собственной оценкой ситуации. В случае перевода подобный алгоритм носит комплексный

характер: переводческое действие всегда начинается с ситуации, включающей в себя предшествующее ей действие (например, текст оригинала) и обусловливается тем, как и кем это действие продолжается в ситуации перевода. «Таким образом, переводческие решения основываются на фундаментальном правиле, которое определяет не только то, передается ли нечто и что именно передается, но и то, каким образом это передается, то есть в соответствии с какой стратегией. Переводческое действие управляется своей целью (скопосом)» [Там же]. В данной трактовке стратегия перевода в первую очередь формулируется на основании понимания цели коммуникации, а не на основании анализа формы или содержания оригинала. Нет универсальной верной или неверной стратегии – есть стратегия, адекватная поставленной цели, в связи с этим один и тот же исходный текст может и должен переводиться принципиально по-разному в зависимости от коммуникативного задания.

Общий глобальный характер стратегии перевода подчеркивается и в исследованиях Р. Яаскелайнен. По ее мнению, понятие стратегии распространяется на самые общие принципы перевода и переводческое задание в целом, которое выполняется по требованиям, обусловленным скопосом. Стратегии перевода в понимании Р. Яаскелайнен – это «набор (свободно сформулированных) правил и принципов, которые используются переводчиками для наиболее эффективного достижения целей, обусловленных ситуацией перевода» [Jääskeläinen 1993: 116]. Аналогичного подхода придерживается К. Норд, которая обращает особое внимание на телеологический характер переводческой деятельности. В ее циркуляционной модели перевода стратегия перевода разрабатывается на основе анализа переводческого задания и цели перевода с привязкой к той коммуникативной ситуации, в которой используется перевод. Только опираясь на анализ и прогнозирование коммуникативной ситуации, которая будет развертываться с использованием языка перевода, переводчик, в

рамках избранной стратегии, создает текст перевода, применяя соответствующие переводческие операции [Nord 2005: 39].

Интересный подход к трактовке понятий метода, стратегии и техники перевода применен в работе Л. Молины и А. Уртадо Альбира, которые, проведя подробный анализ подходов к классификациям стратегий и техник перевода, представленных в работах Ж.-П. Вине и Ж. Дарбельне, Ю. Найды, Г. Васкеза-Ауоры, П. Ньюмарка и Ж. Делиля, делают вывод о необходимости разработки новой таксономии, которая будет отличаться большей терминологической строгостью и базироваться на динамическом функциональном подходе. Они выстраивают следующую иерархию категорий профессиональных действий переводчика: метод – стратегия – техника. Метод перевода – особая организация процесса перевода, непосредственно зависящая от цели перевода; это «глобальная опция, которая оказывает влияние на весь текст перевода» [Molina, Hurtado Alibir 2002: 507–508]. В качестве примеров авторы приводят интерпретативно-коммуникативный метод, метод буквального перевода, свободный и филологический методы. Стратегии перевода – это осознанные и бессознательные, вербальные и невербальные процедуры, которые позволяют решать переводческие проблемы, возникающие в процессе достижения цели перевода [Molina, Hurtado Alibir 2002: 508]. Переводчики используют стратегии перевода с целью понимания ИТ и переформулирования его в процессе создания ПТ. Техники перевода отражают полученный результат и могут использоваться в целях классификации различных типов переводческих решений [Molina, Hurtado Alibir 2002: 507]. Таким образом, стратегии перевода являются интегральной частью переводческого процесса, а техники перевода влияют на итоговый результат. Авторы также приводят довольно подробную классификацию техник перевода, представленную в таблице 4.1.

Таблица 4.1

Типология техник перевода Л. Молины и А. Уртадо Альбира

[Molina, Hurtado Alibir 2002: 508]

№ п/п	Наименование техники (оригинал)	Наименование техники (перевод)	Описание
1.	Adaptation	Адаптация	Доместикация культурно-маркированных элементов
2.	Amplification	Амплификация	Добавление информации, отсутствующей в ИТ, посредством парафразы и экспликации
3.	Borrowing	Заимствование	Прямое заимствование из ИТ слова или выражения
4.	Calque	Калька	Дословный перевод иноязычного слова или фразы
5.	Compensation	Компенсация	Замена непередаваемого элемента оригинала другим средством в ПТ, возможно, в другой части ПТ
6.	Description	Описательный перевод	Замена слова или выражения описанием с указанием на его форму или функцию
7.	Discursive creation	Дискурсивное творчество	Установление временной эквивалентности, которую невозможно вычленить из анализа контекста ИТ
8.	Established equivalent	Перевод эквивалентом	Использование инварианта перевода слова или выражения, зафиксированного в словаре
9.	Generalization	Генерализация	Использование более общего или нейтрального понятия в ПТ
10.	Linguistic amplification	Лингвистическая амплификация	Добавление лексического компонента в синхронном переводе или в дублировании в соответствии с целью перевода (например, укладки под дубляж)
11.	Linguistic compression	Лингвистическая компрессия	Компрессия лексического компонента в синхронном переводе или в субтитрировании в соответствии с целью перевода
12.	Literal translation	Буквальный перевод	Пословный перевод при сохранении формы и значения лексических единиц в ПТ
13.	Modulation	Модуляция	Логическое развитие смысла для того чтобы донести смысл сообщения, изменив угол или точку зрения
14.	Particularization	Партикуляризация	Использование более точного или конкретного термина

Продолжение Таблицы 4.1

№ п/п	Наименование техники (оригинал)	Наименование техники (перевод)	Описание
15.	Reduction	Редукция	Опущение информации в ПТ
16.	Substitution	Субституция	Замена лингвистического элемента паралингвистическим и наоборот
17.	Transposition	Транспозиция	Изменение грамматической категории при переводе
18.	Variation	Вариация	Замена элементов языковой вариативности (диалекта, тональности, стиля и т. п.)

Такого рода подход не претендует на строгость типологии, так как она выстроена не по принципу четкой дихотомии, а содержит признаки, пересекающиеся между отдельными категориями, находящимися в состоянии соподчинения: так, вариация может рассматриваться и как метод, и как стратегия, и как техника перевода. При этом функциональный подход авторов предполагает, что переводческая техника не возникает сама по себе, это результат осознанного, а иногда и бессознательного выбора переводчика, продиктованного не прескриптивными установками, а обусловленного телеологическим характером переводческой деятельности и спецификой параметров КСАВП: особенностями целевой аудитории, форматом и контекстом ИТ и т. п.

Учитывая телеологический характер переводческой деятельности, формулируют свои определения стратегии перевода и отечественные переводоведы. Например, Н. К. Гарбовский определяет стратегию перевода как «осознание конечной цели перевода и выбор в соответствии с этой целью определенной генеральной линии поведения – стратегии перевода» [Гарбовский 2007: 508]. В. Н. Комиссаров также обращает внимание на примат цели при выборе стратегии перевода, так как «переводчик должен четко представлять, для чего и для кого он переводит, какую задачу будет выполнять создаваемый им текст, как и кем этот текст будет использован» [Комиссаров 1999: 357]. Помимо цели перевода, В. Н. Комиссаров также обращает внимание на необходимость учитывать тип переводимого текста,

основную функцию перевода, которая непосредственно связана с характером текста оригинала, а также характер языка оригинала. В результате разработанная стратегия позволит избрать общий подход переводчика к выполнению своих профессиональных функций, а овладение стратегической компетенцией сформирует «переводческое мышление, которое лежит в основе действий переводчика и составляет его общую стратегию» [Комиссаров 1999: 356].

Рассматривая стратегию как план переводческих действий в конкретной коммуникативной ситуации, отечественные переводоведы обращают особое внимание на этапность реализации такой стратегии. Например, А. Д. Швейцер трактует стратегию перевода как программу переводческих действий, на выбор которой влияют различные факторы: жанр текста, цель перевода и социальная норма перевода, характерная для той или иной эпохи [Швейцер 1998: 65]. И. С. Алексеевой стратегия перевода понимается как «порядок и суть действий переводчика при переводе конкретного текста» [Алексеева 1996: 321]. Стратегия обладает, по мнению И. С. Алексеевой, следующими характеристиками: осознанность (в отличие от автоматических рутинных действий, о которых писал В. Лёршер), алгоритмичность (совокупность переводческих действий, выстраиваемых на основании анализа лингвистических и экстралингвистических параметров текста), вариативность (в зависимости от личности переводчика, его профессионализма и наличия/отсутствия ошибок при выборе стратегии). Алгоритмический характер стратегии перевода также отмечают А. Ю. Ивлева и коллеги, определяя стратегию перевода как «алгоритм действий, которого намеревается придерживаться переводчик во время осуществления своей профессиональной деятельности, выбираемый в условиях конкретной коммуникативной ситуации» [Ивлева и др. 2023].

Анализируя предложенные определения стратегии перевода, нельзя не согласиться с В. В. Сдобниковым в том, что стратегию невозможно определить как простой алгоритм действий по созданию текста перевода

[Сдобников 2015: 117]. Алгоритм по сути своей является довольно жесткой, детерминированной и однозначной последовательностью шагов, точным предписанием, задающим потенциально возможный процесс исполнения этого алгоритма. В литературе отмечается как невозможность применения алгоритма в переводе, «поскольку придется апеллировать к таким неточным понятиям, как смысл и контекст» [Новая философская энциклопедия 2007–2010], так и принципиальная противопоставленность стратегий, представляющих собой «своего рода гипотезы относительно будущей ситуации», алгоритмам, «управляемым правилами» [Иссерс 2021: 55]. Таким образом, принципиальные гибкость, вариативность и ситуативность стратегии перевода не позволяют рассматривать ее как обычный алгоритм последовательных и жестко детерминированных действий.

Фундаментальным вопросам понимания стратегии перевода в рамках коммуникативно-функционального подхода посвящены работы В. В. Сдобникова, который трактует стратегию перевода следующим образом: «стратегия перевода – это общая программа осуществления переводческой деятельности в условиях определенной коммуникативной ситуации двуязычной коммуникации, определяемая специфическими особенностями данной ситуации и целью перевода и, в свою очередь, определяющая характер профессионального поведения переводчика в рамках данной коммуникативной ситуации» [Сдобников 2015: 135]. Необходимо отметить, что такое понимание стратегии перевода не противоречит принципиальному пониманию сущности речевой стратегии, которая применяется в любой коммуникативной ситуации и «включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана» [Иссерс 2021: 54]. Если речевая стратегия – это своего рода генеральная линия речевого поведения, которая превращает общение из хаотичного обмена репликами в целенаправленный, управляемый процесс достижения желаемого коммуникативного результата, то переводческая

стратегия – генеральная линия поведения переводчика, которая развертывается на всем протяжении реализации КСП и приводит к коммуникативному результату, по возможности удовлетворяющему ожидания инициатора и реципиента перевода.

Как следует из определения, предложенного В. В. Сдобниковым, стратегия перевода, как и стратегия любой другой деятельности, вырабатывается на основе понимания специфики коммуникативной ситуации, формирования ментального образа данной ситуации и планирования профессионального поведения переводчика. На основании данного допущения В. В. Сдобников выделяет следующие компоненты стратегии перевода: ориентирование в ситуации, формулирование цели, прогнозирование и планирование [Сдобников 2015: 127]. Рассмотрим предлагаемые компоненты подробнее:

1. Ориентирование в ситуации – предварительный анализ предстоящей КСП в соответствии с ее параметрами. Важно отметить, что ориентирование в ситуации необходимо осуществлять не только на этапе формулирования стратегии, но и на этапе непосредственного осуществления перевода. Например, недостаток информации на этапе подготовки к переводу может стать причиной внесения корректировок в избранную стратегию на этапе развертывания КСП. Например, если в процессе постановки задачи переводчику сообщили о необходимости выполнять перевод «для какого-то иностранца на международной выставке», а в действительности КСП будет предполагать подписание меморандума о сотрудничестве на высшем уровне. Соответственно, переводчику необходимо в режиме реального времени осуществлять корректировку собственной стратегии перевода с учетом ряда изменившихся параметров (цели перевода, специфики ЦА и т. п.).

2. Формулирование цели – основной когнитивный и прагматический акт, на котором строится вся стратегия перевода. От правильности выбора цели зависит конечная степень успешности межъязыковой коммуникации. Без ясной цели стратегия теряет свой вектор, а

перевод – коммуникативную ценность. По мнению В. В. Сдобникова, переводчик является единственным лицом, которое осознает цель перевода, так как остальные актанты КСП имеют собственные цели, мотивы и ожидания от акта коммуникации, соответственно, имеют свои собственные ожидания в отношении перевода. В данном случае происходит своеобразное присвоение цели переводчиком, что делает процесс перевода эвристическим, в отличие от ситуации следования заранее заданным алгоритмам.

3. Прогнозирование – данный компонент непосредственно связан с предыдущими и включает в себя 1) осознание возможных изменений КСП в процессе ее развития; 2) прогнозирование наиболее вероятной реакции со стороны коммуникантов и воздействие, которое на них может оказать как непосредственно текст перевода, так и вся ситуация в целом. Важно отменить, что В. В. Сдобников не предполагает в данном случае изменения первичных и вторичных параметров КСП и считает, что стратегия перевода настолько детерминирована коммуникативной ситуацией и поставленной перед переводчиком целью, что не оставляет ему выбора в плане использования той или иной стратегии в отдельно взятой КСП [Сдобников 2017: 46].

4. Планирование – элемент, позволяющий выстроить свое профессиональное поведение таким образом, чтобы максимально эффективно достичь цели, сформулированной/осознанной/присвоенной в конкретной КСП. Это поведение «проявляется в совершении определенных действий и использовании определенных тактик, необходимых для достижения цели перевода» [Сдобников 2015: 135].

Подход В. В. Сдобникова к пониманию сущности стратегии перевода представляется вполне обоснованным, так как обусловлен глубоким анализом практики перевода и поведения переводчика в различных КСП. Тем не менее, некоторые из его аспектов вызывают критику со стороны других переводоведов. Например, Д. Н. Шлепнев ставит под сомнение тезис о жесткой заданности стратегии перевода параметрами КСП и

небезосновательно утверждает, что стратегия всегда подразумевает наличие выбора. В некоторых случаях этот выбор действительно можно сделать интуитивно на основании анализа собственной практики, и тогда этот выбор будет совершенно очевиден. В других случаях переводчик вынужден выбирать или в процессе развертывания КСП корректировать собственную генеральную линию поведения, но самое важное – «чтобы выбор наилучшим образом обслуживал цель и соответствовал ситуации» [Шлепнев 2017: 88]. Переводчик может неверно определить параметры КСП, избранная генеральная линия поведения может оказаться иррациональной или ошибочной, заказчик может ввести переводчика в заблуждение, предъявляя взаимоисключающие требования (например, приглашая на синхронный перевод на природе без оборудования или имея в виду последовательный перевод). Инициатор перевода может проявить собственную некомпетентность и неверно определить целевую аудиторию перевода, дать неверные установки относительно характера отношений между коммуникантами и т. п. Человеческий перевод, представляя собой когнитивную коммуникативную деятельность, в отличие от машинного перевода, не может быть полностью алгоритмизирован, как выяснилось выше, потому что он подвержен влиянию человеческого фактора. Поэтому сложно не согласиться с Д. Н. Шлепневым в том, что «в определенных ситуациях для определенных текстов существуют определенные рациональные, “правильные”, типичные, стандартные паттерны, принципы или “виды перевода”, на которые ориентируется переводчик, которые он применяет и которые профессионалу необходимо знать. Можно согласиться, безусловно, … что некоторые параметры задаются жестко. Но и здесь переводчику предстоит определиться с прочими параметрами и их взаимодействием» [Шлепнев 2018: 166].

Для того чтобы избежать возникновения подобных противоречий, предлагается добавить к элементам стратегии еще один – контроль, рассматривая его не как периферийный сквозной процесс или финальную

точку, завершающую процесс перевода, а как неотъемлемый, динамический компонент стратегии перевода. Он превращает планирование и реализацию стратегии перевода в адаптивный процесс, позволяющий реагировать на непредвиденные трудности, расхождения с КСП и отклонения от поставленной цели. На каждом из этапов развертывания КСП – от анализа ситуации, формулирования цели, планирования, прогнозирования до осуществления перевода – переводчик находится в состоянии неопределенности, так как в любой момент что-то может пойти не так. Постоянный контроль и сверка собственных действий и профессионального поведения с реальными параметрами КСП позволят переводчику гибко реагировать на меняющийся контекст и избегать как механистического следования сформулированной стратегии, которая может стать нерелевантной в связи с изменениями параметров КСП, так и импровизационного хаоса.

О важности контроля в процессе формулирования и воплощения стратегии перевода пишет Ю. Хольц-Мянттари, выделяя процесс постоянной адаптации своих действий в отдельный элемент «дизайна текста» [Holz-Manttari 1964: 306–332, цит. по: Кафискина 2017]. Косвенно о необходимости контроля упоминает и В. В. Сдобников, цитируя С. Л. Рубинштейна [Сдобников 2015: 132]. Применительно к речевым стратегиям контроль понимается как попытки говорящего «направлять релевантные интеллектуальные и эмоциональные процессы слушающего (его интересы, оценки, рассуждения) таким образом, чтобы те в конечном счете привели его к нужному решению (состоянию)» [Иссерс 2021: 99]. В коммуникативной ситуации с использованием перевода задача направлять интеллектуальные и эмоциональные процессы реципиента в первую очередь ложится на плечи инициатора или автора перевода. Однако переводчик обязан учитывать важность контроля в КСП и при необходимости менять собственное вербальное или невербальное поведение, корректируя ранее избранные способы реализации стратегии перевода в зависимости от изменения

контекста. Примером может служить реальная ситуация перевода тренинга, когда оратор, ведущий мероприятие в довольно официальной манере, вдруг рухнул на колени перед аудиторией, используя данный прием для привлечения внимания слушателей и повышения убедительности собственной речи. Переводчик в данной ситуации сразу поменял свое поведение и встал на колени рядом с оратором. Такая резкая смена позы переводчика была с восторгом воспринята реципиентами, и КСП в итоге достигла своей цели. Эту ситуацию можно рассматривать как результат контроля над развертыванием КСП и, как следствие, корректировку способа реализации избранной стратегии перевода в связи с изменившимися параметрами отдельно взятой КСП. Таким образом, контроль над меняющейся ситуацией и своевременное внесение корректив в профессиональное поведение, позволяет переводчику успешно осуществить свою деятельность в рамках заранее заданной КСП.

Стратегия перевода в коммуникативно-функциональном телеологически ориентированном подходе выступает системным инструментом, генеральным планом осуществления переводческой деятельности, предопределяющим профессиональное поведение переводчика в конкретной КСП. Она включает предварительный анализ коммуникативной ситуации и цели перевода, прогнозирование развития коммуникативной ситуации и оценку ожиданий целевой аудитории, составление программы осуществления переводческой деятельности и постоянную сверку этой программы с реальной коммуникативной ситуацией, в которой переводчик выполняет свои профессиональные обязанности. Без такой гибкой стратегической организации телеологическая деятельность теряет эффективность, превращаясь в неподготовленную импровизацию, поэтому именно стратегия превращает абстрактное намерение в реальный коммуникативный успех ситуации с использованием перевода.

Говоря о стратегиях, выделяемых в рамках коммуникативно-функционального подхода, необходимо в первую очередь рассмотреть

типологию, предлагаемую В. В. Сдобниковым, который описывает три разновидности стратегий: стратегию коммуникативно-равноценного перевода, стратегию терциарного перевода и стратегию переадресации [Сдобников 2015: 150]. Под стратегией коммуникативно-равноценного перевода понимается «программа осуществления переводческой деятельности, предусматривающая реализацию коммуникативной интенции автора оригинала в форме создания текста на ПЯ, потенциально способного обеспечивать коммуникативное воздействие на получателя перевода в соответствии с ожиданиями автора оригинала и соответственно взаимодействие разноязычных коммуникантов в условиях совместной предметной деятельности» [Сдобников 2015: 151]. Иными словами, речь не идет о сопоставлении коммуникативных эффектов, которые оказывают оригинал и перевод на соответствующих реципиентов, или о тождественности реакции реципиентов текстов на ИЯ и ПЯ. Акцент делается на максимально возможном сохранении интенции автора или инициатора перевода как доминанты процесса межкультурной коммуникации, в котором переводчик выступает в качестве полноценного посредника. Если текст перевода играет иную коммуникативную роль, нежели текст оригинала, и преследует иные цели, чем цели автора оригинала, переводчик избирает стратегию терциарного перевода [Сдобников 2015: 161–162]. Данная стратегия применяется в той ситуации, когда инициатор перевода находится вне КСП, а адресаты текстов оригинала и перевода не идентичны друг другу и выступают в различных коммуникативных ролях. Когда программа осуществления переводческой деятельности подразумевает создание текста перевода для реципиента, который отличается не только национально-культурной принадлежностью, но и социальными характеристиками, ее В. В. Сдобников называет стратегией переадресации [Сдобников 2015: 170]. В рамках данной стратегии в текст перевода вносятся изменения, обеспечивающие «возможность его восприятия аудиторией, которая изначально не была подготовлена к восприятию текста в его

немодифицированной форме» [Там же. С. 171]. Стратегия адаптации применяется в случае, например, создания адаптированных художественных произведений для детской аудитории или при необходимости стилистической и жанровой транспозиции текста при его переводе.

Трехчастная структура типологии стратегий перевода подвергается критическому осмыслению со стороны коллег-переводоведов. Так, О. В. Петрова полагает, что стратегии терциарного перевода и переадресации представляют собой не столько перевод, сколько адаптивное транскодирование, в толковании которого автор придерживается точки зрения В. Н. Комиссарова, который представлял транскодирование как «особую репрезентацию содержания оригинала на ПЯ, но в отличие от перевода создаваемый текст не предназначен для полноценной замены оригинала» [Комиссаров 1990: 48]. Форма презентации информации в таком тексте определяется не тем, как информация излагается в оригинале, а особой целью межъязыковой коммуникации. Таким образом, перевод – это текст, который предназначен для полноценной замены оригинала, соответственно, такой текст может быть получен только при использовании стратегии коммуникативно равноценного перевода. Отсюда О. В. Петрова делает вывод о том, что «терциарный перевод и переадресация – это перевод иных текстов, отличных от исходного. И по отношению к ним он также будет коммуникативно равноценным» [Петрова 2013: 203]. Позволим себе не согласиться с данной точкой зрения, так как в рамках переводческой практики довольно сложно представить себе перевод иного текста, который отличается от исходного текста. В отдельных ситуациях действительно существует практика изначального сокращения или переработки исходного текста на ИЯ, а затем его перевода на ПЯ, но в таком случае именно сокращенный или переработанный текст будет позиционироваться инициатором перевода как текст на ИЯ, а его перевод – как полноценная замена оригинала. Как показывает собственный опыт автора данного исследования и анализ переводческой практики коллег, инициатор перевода

ставит задачу, касающуюся переработки, сокращения, транспозиции или творческой переработки исходного текста без предварительных манипуляций с оригиналом, поэтому создание модифицированного текста перевода представляет собой именно переводческий процесс с учетом тех стратегических установок, которые продиктованы параметрами КСП и целью коммуникации.

Критика трехчастной типологии стратегий перевода также звучит в работах Р. М. Шамилова. Исследователь обращает внимание на тот факт, что «фактор несовпадения целей вовсе не обусловливает создание в обязательном порядке продукта с иным языковым оформлением» [Шамилов 2026: 221]. Учитывая сервисно-инструментальную природу перевода, Р. М. Шамилов предлагает собственную трактовку стратегии перевода, выделяя конвенциональный, собственно, привычный всем перевод, и пекулярный, «особый, нестандартный, очевиднейшим образом отличающийся от оригинала по своим текстовым характеристикам и тем не менее в таком качестве признаваемый удовлетворяющим особую потребность и особое ожидание его инициатором и/или потребителем» [Шамилов 2026: 225]. Основное отличие последнего от конвенционального перевода – особое языковое оформление, которое разнится с языковым оформлением текста оригинала и допускает, в том числе, искажение нормы и узуса языка перевода. В результате при реализации конвенционального перевода переводчик выстраивает общую программу профессиональной деятельности, ориентируясь на результат, который будет выступать в качестве полноценной функциональной замены оригинала. В случае избрания стратегии пекулярного перевода переводчик руководствуется особыми требованиями потребителя или инициатора перевода, а результат реализации такой стратегии отличается от оригинала в содержательно-смысловом, формальном или структурном отношении, не претендуя на его полноценную функциональную замену [Шамилов 2026: 225].

Критика трехчастной типологии стратегий перевода (коммуникативно равноценный перевод – терциарный перевод – переадресация), предложенная О. В. Петровой и поддержанная Р. М. Шамиловым, хотя и стремится к концептуальной строгости, имеет свои недостатки. Монистический подход О. В. Петровой существенно сужает понятие «перевод» и вступает в противоречие с реальной профессиональной практикой, когда в процессе реализации КСП под переводом подразумеваются совершенно разные формы репрезентации переводимых материалов. Дихотомическая концепция Р. М. Шамилова также имеет определенные ограничения, так как не позволяет четко установить ту грань, где текст перевода теряет свою коммуникативную равноценность, ведь именно особые требования, предъявляемые к результатам перевода потребителями или инициаторами перевода, обеспечивают его пресловутую коммуникативную равноценность независимо от итогового формата репрезентации текста перевода. Данную мысль поддерживает и сам автор концепции, допуская, что в отдельных случаях «пекулярные по своему характеру переводы выполняются в технике обычного – конвенционального – собственно перевода» [Шамилов 2026: 229].

Необходимо отметить, что в рамках данного исследования рабочей типологией стратегий перевода избрана трехчастная типология В. В. Сдобникова, так как она наиболее тесно связана со спецификой КСП и не играет роль жесткой прескриптивной практики, ограничиающей перевод лишь рамками коммуникативно-равноценной природы, а позволяет выстраивать гибкую, вариативную, ситуативную и полноценную программу осуществления переводческих действий, что соответствует прагматическому наполнению профессиональной деятельности переводчика. Более того, в контексте исследования специфики АВП трехчастная модель В. В. Сдобникова имеет особую эвристическую ценность: в данном виде перевода отступление от языкового и формально-структурного оформления текста оригинала зачастую является непосредственным требованием

инициатора перевода, обеспечивающим достижение конечной цели перевода и его несомненную коммуникативно-функциональную равноценность тексту оригинала.

4.2. Понимание стратегии аудиовизуального перевода в современных исследованиях

Необходимо отметить, что терминологическая полисемия термина «стратегия перевода» наблюдается и в исследованиях, посвященных АВП. Так, некоторые из переводоведов смешивают понятия «стратегии аудиовизуального перевода» и «виды аудиовизуального перевода», называя основными стратегиями перевод субтитров и перевод под озвучивание (Бакулев 2014; Калинина, Степанова 2016; Barrera-Rioja 2023 и др.). Также традиционно происходит смешение понятий «стратегия» и «прием» (Gottlieb 1992; Pedersen 2005, 2007; Díaz-Cintas, Remael 2021; Ghani, Hafeez 2025 и др.). Таким образом, представляется возможным использовать подходы к пониманию стратегии перевода, описанные в разделе 4.1, для пояснения подходов к пониманию стратегии АВП.

4.2.1. Лингвистический продуктоориентированный подход к пониманию стратегии АВП

Впервые о стратегии перевода аудиовизуальных произведений упоминает Х. Готтлиб в работе «Субтитрирование – новая университетская дисциплина» [Gottlieb 1992: 166], в которой он, анализируя требования к качеству субтитров и специфику принятия переводческого решения при субтитрировании, выделяет 10 стратегий, применяемых переводчиками-субтитровщиками. Автор также обращает внимание на то, что выделенные стратегии могут быть как общими для всех форматов контента, так и специфическими (см. таблицу 4.2). В скобках приведены условия применения той или иной стратегии, учитывая, что не все перечисленные стратегии специфичны для АВП.

Таблица 4.2

Таксономия стратегий перевода субтитров по Х. Готтлибу (1992)

№ п /п	Наименование стратегии (оригинал)	Наименование стратегии (перевод)	Краткое описание	Специфична для АВП
1.	Expansion	Расширение	Добавление пояснительной информации, адекватный перевод (культурно-маркированные элементы)	Нет!
2.	Paraphrase	Парафраза	Изменение высказывания, адекватный перевод (элемент, специфичный для языка перевода, который не показан на экране)	Нет
3.	Transfer	Прямой перенос	Полный адекватный перевод («нейтральный» дискурс, медленный темп речи)	Нет
4.	Imitation	Имитация	Буквальный эквивалентный перевод (имена собственные, фразы, понятные всем)	Нет
	Transcription	Транскрипция	Нерегулярно используемые выражения, адекватный перевод (нестандартная речь)	Да
5.	Dislocation	Смещение	Изменение выражения, адаптированный контент (музыкальный или визуальный элемент, специфичный для языка оригинала)	Да
6.	Condensation	Конденсация	Компрессия информации, сокращенный перевод (обычная речь)	Да
7.	Decimation	Децимация	Значительное сокращение информации (быстрая речь, которая важна для понимания сюжета)	Да
8.	Deletion	Опущение	Опущение информации (быстрая речь, которая не важна для понимания сюжета)	Да
9.	Resignation	Отказ от перевода	Полная замена выражения, смысловое искажение («непереводимые» элементы)	Нет

Из таблицы 4.2 видно, что Х. Готтлиб смешивает понятия стратегии и способа перевода, так как предложенные им стратегии не представляют

собой плана действий переводчика, а раскрывают механику принятия того или иного переводческого решения.

Аналогичного подхода к пониманию стратегии АВП (также на примере субтитров) придерживается Я. Педерсен, выделяющий различные стратегии перевода культурно-специфических элементов, которые он называет экстралингвистическими культурными отсылками (ECR – extralinguistic cultural references) [Pedersen 2005]. Среди стратегий перевода данных элементов при субтитрировании он выделяет стратегии, ориентированные на язык оригинала, и стратегии, ориентированные на язык перевода, а также стратегию использования официального эквивалента:

– стратегия использования официального эквивалента (official equivalent) – использование официально закрепленного инварианта перевода, в принципе не подразумевающее применение других стратегий;

– стратегии, ориентированные на язык оригинала: заимствование (retention); уточнение (specification), подразумевающее использование добавления с целью уточнения или экспликации; прямой перевод (direct translation);

– стратегии, ориентированные на язык перевода: генерализация (generalization); замена (substitution), которая включает культурную замену и парафразу; опущение (omission) [Pedersen 2005].

Таким образом, Я. Педерсен экстраполирует на АВП теории доместикации и форенизации Л. Венути и использует классификацию переводческих решений Ж. Вине и Ж.-П. Дарбельне, тем самым поддерживая лингвистический продуктоориентированный подход к пониманию стратегии АВП. В том же ключе рассматривают понятие стратегии перевода Х. Диас Синтас и А. Ремаель, выделяя следующие стратегии АВП при работе с культурно-специфическими элементами [Díaz-Cintas, Remael 2021: 207–216]:

– заимствование (loan),

– буквальный перевод (literal translation),

– калькирование (calque),

– экспликация (explicitation),
– культурная/ситуационная замена (substitution),
– транспозиция (transposition),
– создание неологизма (lexical recreation),
– компенсация (compensation),
– опущение (omission).

Как видно из примеров, предложенных выше, таксономии стратегий АВП, разработанные в рамках лингвистического продуктоориентированного подхода, не описывают общий план действий аудиовизуального переводчика, а предлагают варианты готовых решений, представляя собой дескриптивный анализ уже готового продукта. Подобные таксономии микростратегий представляют собой удобные перечни инструментов переводчика – переводческих операций, – применяемых в процессе АВП для решения конкретной переводческой проблемы, но не представляют собой стратегий в широком смысле этого слова, как они понимаются в данном исследовании.

4.2.2. Когнитивный проблемно-ориентированный подход к пониманию стратегии АВП

Как отмечалось в разделе 4.1, при когнитивном проблемно-ориентированном подходе к изучению и систематизации стратегий перевода происходит переход от сопоставления текстов оригинала и перевода в целях анализа конечного продукта перевода к исследованию процесса принятия решения о выборе переводческой стратегии. При изучении АВП как изначально наиболее технологичного вида перевода активно применяются принципы TPR-подхода (от английского Translation Process Research – исследование процесса перевода). В рамках TPR-подхода, благодаря применению протоколов по типу «думать вслух», глубинных интервью, программного обеспечения (например, кейлогера, используемого для отслеживания нажатий на клавиши клавиатуры и движений компьютерной мыши), технологий окулографии, ЭЭГ, МРТ и т. п., исследователь получает

возможность фиксировать и анализировать когнитивные, поведенческие и стратегические аспекты переводческой деятельности в режиме реального времени. Независимо от типа использованной методологии сбора данных, TPR-подход помогает ответить на единственный вопрос: каким образом переводчик приходит к тому или иному переводческому решению [Jakobsen 2017: 21].

Интересно, что в отличие от принципов изучения стратегии перевода, о которых шла речь в разделе 4.1 и которые в большей степени концентрируются на вопросе профессионального поведения переводчика, в исследованиях АВП акцент изначально сместился на изучение влияния выбранной стратегии перевода на восприятие этого перевода реципиентом. В рамках проведения исследований восприятия (от англ. Reception Studies) лингвисты стремятся эмпирически измерить то, как реципиенты декодируют, понимают, оценивают и эмоционально реагируют на переведенный аудиовизуальный контент с учетом культурных, когнитивных, социальных, технологических и прочих факторов. Вопросам специфики восприятия перевода аудиовизуальных произведений посвящено большое количество исследований. Переводоведы рассматривают общие вопросы восприятия результатов АВП (Di Giovanni, Gambier 2018; Kruger 2018; Orero at al. 2018; Zanotti 2018; Gambier 2019; Díaz-Cintas, Szarkowska 2020 и другие), восприятия субтитров и перевода под озвучивание (Szarkowska at al. 2024; Qiu 2025 и другие), а также специфику восприятия аудиодескрипции и субтитров SDH (Szarkowska at al. 2016; Romero-Fresco 2018 и другие).

При этом те же исследователи обращают внимание на слабую изученность вопроса стратегии перевода с точки зрения когнитивных операций, производимых непосредственно переводчиком в процессе преодоления тех или иных переводческих проблем [Gambier, Pinto 2018: 4]. Существует необходимость полноценного изучения процессов создания перевода в рамках обеспечения медиадоступности, проведения экспериментальных исследований по изучению когнитивных процессов

создания субтитров и перевода под дублирование [Massey, Jud 2020: 372–373]. Аналогичной точки зрения придерживаются Х. Крюгер и Ж.-Л. Крюгер, обращая внимание на тесную связь процессов создания и восприятия АВП, что означает необходимость их комплексного изучения. «Исследования когнитивных аспектов производства и восприятия переведенных материалов развивались преимущественно обособленно, при этом попытки установить связь между этими двумя процессами остаются немногочисленными. … Поэтому необходимо осуществлять как теоретические, так и эмпирические исследования, направленные на изучение сложной двусторонней взаимозависимости между решениями, принимаемыми переводчиком в процессе перевода, и реакцией реципиентов на эти решения на различных уровнях восприятия» [Kruger, Kruger 2017: 85–86]. Таким образом, очевидно, что дальнейшее изучение стратегии перевода аудиовизуальных произведений в рамках когнитивного проблемно-ориентированного подхода требует преодоления искусственного разделения процессов создания и восприятия АВП. Именно такая интеграция позволит перейти от изолированного анализа стратегий к целостному пониманию их эффективности в реальной ситуации АВП.

4.2.3. Коммуникативно-функциональный телеологически ориентированный подход к пониманию стратегии АВП

Важно отметить, что рассмотрению стратегии АВП в рамках коммуникативно-функционального подхода посвящено не так много исследований. Это объясняется тем, что изначально данный вид перевода рассматривался как ограниченная коммуникативная практика, поэтому особое внимание уделялось тому, каким образом переводчик принимает решение с учетом технических ограничений процесса локализации аудиовизуальных произведений. Это объясняет столь пристальное внимание к исследованию микростратегий, применяемых переводчиками с целью соблюдения технических требований субтитрирования, дублирования и аудиодескрипции. Однако пристальное внимание к специфике восприятия

результата работы переводчика зрителем позволяло всегда держать в фокусе исследования конечную цель АВП, что заставляло задумываться о том, каким образом переводчик должен выстраивать свою работу, чтобы достичь этой цели. Например, Х. Готтлиб, концентрируя свое внимание на микростратегиях, рассматривает процесс АВП с точки зрения действий, которые должен выполнить аудиовизуальный переводчик для получения текста перевода оптимального качества. Он выводит девять ключевых моментов (Х. Готтлиб называет их вопросами), на которые переводчику необходимо обратить внимание до начала работы с текстом аудиовизуального произведения [Gottlieb 1994: 106–117]. По сути, исследователь предлагает нам осуществить анализ коммуникативной ситуации перевода (хотя данный термин в работе Х. Готтлиба не используется) для выбора той программы действий, которой необходимо придерживаться в процессе АВП. Ниже приводится интерпретация суждений Х. Готтлиба, базирующаяся на собственном опыте АВП и положениях, описанных в настоящем диссертационном исследовании.

Итак, для достижения максимально эффективного результата в процессе АВП (Х. Готтлиб фокусирует свое внимание на процессе субтитрирования) переводчику необходимо выполнить следующие действия:

1. Выбрать наиболее релевантные элементы текста, которые должны быть отсубтитрированы. Полимодальная природа аудиовизуального текста ставит переводчика в ситуацию выбора: какие из модусов, конституирующих аудиовизуальный текст, обязательны для передачи в субтитрах, учитывая наличие технических требований соблюдения скорости чтения и длины строки. Именно они определяют тот объем информации, который может вместить субтитр. Х. Готтлиб справедливо отмечает, что «не всякое устное высказывание необходимо фиксировать в письменной форме: в зависимости от визуального контекста некоторые его элементы можно оставить без перевода, например, повторяющиеся восклицания или этикетные фразы вроде приветствий» [Gottlieb 1994: 107]. Таким образом, в

процессе формулирования собственной стратегии перевода аудиовизуальный переводчик должен проанализировать специфику переводимого текста с целью приоритизации тех модусов и субмодусов, которые необходимо отразить в переводе.

2. Ориентироваться не на готовые скрипты или диалоговые листы, а на содержание диалогов, которые звучат с экрана. Действительно, в процессе подготовки аудиовизуального произведения к прокату и переводу вербальная составляющая такого текста может претерпеть существенные изменения: аудиовизуальное произведение может быть несколько раз перемонтировано, из него могут быть убраны отдельные эпизоды, по результатам тестовых просмотров и обратной связи от реципиентов могут быть пересняты отдельные фрагменты. Все эти изменения зачастую не находят своего отражения в диалоговых листах, которые предоставляются переводчику. Более того, по словам Х. Готтлиба, в скрипте могут оказаться пометы «*неразборчиво*» или «???» [Gottlieb 1994: 107]. В этом случае аудиовизуальный переводчик вынужден переводить со слуха, подключая компетенции устного переводчика.

3. Обратить внимание на контекстуальные значения слов, которые могут быть неочевидны в контексте диалоговых листов, но могут стать источником непонимания ситуации или диалога в аудиовизуальном контексте, когда семантика отдельной лексической единицы или целого высказывания завязана на невербальные визуальные и аудиальные модусы. Таким образом, выбор стратегии и тактики перевода аудиовизуального произведения должна опираться на тщательный анализ того, как различные модусы и субмодусы взаимодействуют между собой, чтобы в процессе перевода отбор отдельных переводческих решений был максимально эффективным.

4. Выбрать наиболее подходящий принцип сегментации диалогов в рамках отдельных строк или отдельных субтитров. Х. Рид выделяет три типа сегментации субтитров: грамматическую сегментацию (субтитр должен

представлять собой смысловое и синтаксическое целое), риторическую сегментацию (сегментацию на основании ритмической организации речи на языке оригинала) и визуальную сегментацию (с учетом границ кадров, специфики монтажа, изменения плана и т. п.) [Reid 1990: 100]. Необходимо отметить, что выбор принципа сегментации, как правило, предопределен требованиями заказчика, причем в процессе сегментации реплики, особенно продолжительной, необходимо также учитывать требования когезии и когерентности, чтобы зритель воспринимал реплику, разбитую на отдельные субтитры, как единое целое.

5. Выполнить точный и, в свою очередь, идиоматичный перевод. Данная рекомендация напрямую увязывается Х. Готтлибом с жанровыми особенностями переводимого аудиовизуального произведения: «При субтитрировании “фактов”, например, документальных фильмов и новостных программ, самое важное – выбрать точное терминологическое соответствие, тогда как соблюдение “стиля” – основное требование при переводе художественных аудиовизуальных произведений» [Gottlieb 1994: 111]. Таким образом, выбор переводческого решения при соблюдении баланса между точным и идиоматичным переводом связан со спецификой той коммуникативной ситуации, которая реализуется посредством использования АВП.

6. Минимизировать потерю информации, которая может быть вызвана необходимостью компрессии информации при соблюдении технических требований к субтитрам. Кстати, в случае других видов АВП, например, при дублировании или выполнении аудиодескрипции, данная рекомендация также вполне логична. С одной стороны, зритель просто физически не в состоянии воспринять огромный поток вербальной информации, в особенности, когда он вынужден отвлекаться на чтение субтитров. С другой стороны, полимодальная природа аудиовизуального текста позволяет компенсировать часть информации, которая может быть утеряна в переводе: какие-то смыслы передаются через визуальные образы,

какие-то – через значимые шумы и сопровождающую действие музыкальную тему.

7. Создать удобный и интуитивно понятный текст перевода посредством корректного деления субтитра на строки с соблюдением правил сегментации и учетом расположения строк субтитра на экране, регулирования объемов информации, выводимой на экран, чтобы зритель успевал читать субтитры, а также синтаксических особенностей языка перевода, которые могут повлиять на восприятие текста субтитров и т. п. Данная рекомендация уместна для других видов АВП: все действия переводчика должны быть направлены на обеспечение комфортного потребления аудиовизуального произведения и получение ожидаемого инициатором и получателями перевода коммуникативного результата. Это возвращает к необходимости учета параметров цели и целевой аудитории в рассматриваемых КСАВП при формулировании стратегии перевода.

8. Обеспечить элегантную и точную укладку текста перевода, для этого у аудиовизуального переводчика должна быть «уверенная рука хирурга и чувство ритма музыканта-перкуссиониста» [Gottlieb 1994: 115]. Субтитры должны соответствовать как ритмической организации речи персонажей на экране, так и динамике и темпоритму монтажа. Быстрая смена планов при монтаже, бурно разворачивающиеся события на экране, большие объемы разнообразно оформленной информации, обрушивающиеся на зрителя с экрана, – все эти и многие другие факторы необходимо учитывать при выборе переводческого решения, так как ошибки укладки могут свести на нет самое удачное переводческое решение. Если говорить о закадровом озвучивании или дублировании, то соблюдение аналога укладки – изохронии и липсинка – также становится критичным требованием к переводчику. Малейшая асинхрония движения губ актеров и текста перевода или несовпадение длины реплик персонажа в оригинале и переводе станут существенным препятствием для комфортного потребления аудиовизуального произведения.

9. Проверить перевод на отсутствие орфографических, орфоэпических и прочих ошибок, которые отвлекают зрителя и вызывают массу претензий у инициатора перевода. Также особое внимание следует уделить проверке фактической информации и вычитать текст перевода на наличие смысловых и речевых ошибок. В случае выполнения АВП под озвучивание необходимо осуществлять и аудиальное постредактирование: предварительно попытаться прочитать вслух собственный перевод, чтобы выявить возможные проблемы со звучанием текста. Ассонанс, рифма, тавтология, неблагозвучие и т. п. могут стать серьезным препятствием к достижению оптимального качества АВП.

Одним из ярких примеров применения коммуникативно-функционального подхода к пониманию стратегии АВП является концепция доступного кинопроизводства (от англ. accessible filmmaking), предложенная П. Ромеро-Фреско, суть которой состоит в «интеграции АВП и методов обеспечения медиадоступности в процесс кинопроизводства» [Romero-Fresco 2013: 203]. В отличие от традиционной производственной цепочки АВП, в рамках которой перевод добавляется на финальном этапе постпродакшена или на этапе дистрибуции, доступное кинопроизводство предполагает интеграцию процессов АВП и, в частности, медиадоступности непосредственно в творческий процесс создания фильма. Это достигается благодаря тесному сотрудничеству режиссера, продюсера и аудиовизуального переводчика уже на стадиях подготовки к съемкам фильма и непосредственно в момент съемочного процесса. Такой принцип производства аудиовизуального контента традиционно применяется в процессе разработки и локализации компьютерных игр, когда стратегия перевода выстраивается параллельно со стратегией планирования и разработки видеоигры. Опыт команд, занятых в сфере разработки и локализации видеоигр, показывает, что насыщенный график работ по созданию и выводу игры на международные рынки не позволяет ждать окончания разработки игрового контента до начала его локализации, поэтому

игра обычно локализуется параллельно с ее разработкой [Christou, McKearney, Warden 2011: 41]. Аналогичный принцип соблюдается и в концепции доступного кинопроизводства, когда тесное взаимодействие аудиовизуального переводчика и творческой команды, работающей над созданием и производством аудиовизуальных произведений, позволяет сохранить интенции авторов и инициаторов перевода и наиболее оптимальным путем достичь цели перевода в рамках конкретной КСАВП.

Следуя концепции доступного кинопроизводства, Х. Неттелбек предлагает идею множественных рождений фильма (создание сценария – съемка фильма – редакторская обработка и постпродакшен – АВП), в рамках которой стратегия АВП выстраивается на основании взаимодействия переводчика с режиссерами, сценаристами, продюсерами и дистрибьюторами [Nettelbeck 2024: 4]. Такого рода диалог позволяет переводчику четче определить параметры КСАВП, так как кинопроизводители могут снабдить его информацией о сути творческого замысла аудиовизуального произведения, специфике целевой зрительской аудитории и т. п. [Там же. С. 13]. Таким образом, доступное кинопроизводство выводит стратегию АВП за рамки лингвистической операции и превращает ее в стратегический элемент кинематографического творчества, формируя устойчивую обратную связь между переводчиком и инициатором перевода и обеспечивая максимально возможное соответствие результирующего перевода параметрам конкретной КСАВП.

В течение последних десяти лет коммуникативно-функциональный подход к исследованию АВП нашел отражение в отдельных работах отечественных исследователей. Так, С. И. Калинина и М. М. Степанова понимают стратегию АВП как «набор правил и принципов, которых придерживается переводчик для максимально эффективного достижения цели, определяемой переводческой ситуацией» [Калинина, Степанова 2016: 42]. На основании данного определения авторы формулируют несколько

шагов в формировании переводческой стратегии в КСАВП новостных аудиовизуальных произведений:

1) выбор техники АВП в зависимости от вида АВП, доминирующего в той или иной стране. Для выделения видов АВП авторы используют термин «техники» и говорят о субтитрировании, дублировании и закадровом переводе;

2) применение стратегии, базирующейся «на комбинации двух фундаментальных техник: локализации (адаптации) и стандартизации» [Калинина, Степанова 2016: 42]. Под локализацией авторы понимают такой перевод, который сохраняет коммуникативный эффект текста оригинала и оказывает на реципиентов соответствующее воздействие, а под стандартизацией – использование в переводе стандартного варианта языка, без передачи индивидуальных речевых особенностей [Там же].

Результаты, полученные переводоведами в указанном выше исследовании, к сожалению, не дают ответа на вопрос, каким образом реализуется указанная стратегия, какие правила и принципы в ней заложены. Более того, авторы непоследовательны в использовании терминологии, в результате и виды АВП, и стратегия, предлагаемая авторами, подводятся под общий термин «техники», что вызывает ряд вопросов. Тем не менее, данное исследование затрагивает вопросы целеполагания, ситуативной обусловленности процесса АВП и может быть отнесено к коммуникативно-функциональному подходу.

Более подробному анализу стратегии АВП посвящена статья О. А. Хопияйнен и А. А. Свинтеевой, в которой исследователи, вслед за И. С. Алексеевой, понимают стратегию как алгоритм последовательных действий по созданию текста перевода аудиовизуального произведения и на основе анализа перевода под закадровое озвучивание предлагают следующий стратегический план [Хопияйнен, Свинтеева 2020]:

1. Расшифровка аудиовизуального материала, подразумевающая автоматическое распознавание реплик, звучащих с экрана, сегментирование

полученного текста с целью выявления структуры аудиовизуального произведения и фиксацию невербальных элементов текста оригинала.

2. Предпереводческий анализ текста, в рамках которого определяется специфика взаимодействия вербальных и невербальных компонентов аудиовизуального текста, формулируется коммуникативное задание текста оригинала и выявляются отдельные его жанрово-стилистические характеристики.

3. Подготовка рабочего варианта перевода, заключающаяся в выполнении предварительного перевода аудиовизуального текста на язык перевода с соблюдением технических требований к закадровому переводу и сохранению специфики речи персонажей.

4. Корректировка текста и адаптация, в рамках которой производится финальная сверка перевода с видеорядом, оценка качества синхронизации текста перевода с оригинальной дубляжной дорожкой, корректировка перевода в соответствии с нормами языка перевода.

5. Финальная проверка и анализ ошибок, включающие корректуру текста перевода, анализ целостности логических связей между отдельными элементами текста перевода, сохранение жанровых особенностей оригинала и специфики речи персонажей.

Анализ рассмотренных выше подходов к пониманию природы стратегии АВП в рамках коммуникативно-функционального подхода свидетельствует о трактовке стратегии как алгоритма действий переводчика по переводу аудиовизуальных произведений с учетом технических требований, предъявляемых к избранному типу локализации контента, жанрово-стилистических особенностей текста оригинала и специфических требований, предъявляемых переводчику либо в одностороннем порядке в форме руководств и стандартов предоставления текста перевода, либо в формате диалога в соответствии с концепцией доступного кинопроизводства. Учитывая, что в данном исследовании, вслед за В. В. Сдобниковым, стратегия перевода понимается шире и трактуется как общая программа

осуществления переводческой деятельности с учетом параметров определенной КСП, рассмотрим, как специфика АВП влияет на основные компоненты стратегии перевода, рассмотренные в разделе 4.1 (ориентирование в ситуации, формулирование цели, прогнозирование, планирование, контроль).

Ориентирование в ситуации – анализ параметров КСАВП представляет собой ключевой аспект формулирования стратегии АВП. Например, выявление роли инициатора перевода позволяет выстроить технологическую цепочку выполнения АВП с учетом требований конкретного производителя или дистрибьютора аудиовизуального контента. Дело в том, что каждый инициатор АВП формулирует собственные правила оформления перевода, выдвигает собственные технические требования к тексту перевода, предлагает переводчикам воспользоваться уже готовыми переводческими решениями. Например, довольно часто аудиовизуальное произведение приходит на перевод с уже переведенным и утвержденным названием, и у переводчика или команды локализации зачастую нет возможности предложить более удачное, на их взгляд, название, так как кампания по продвижению аудиовизуального произведения начинается задолго до начала его локализации. Инициатор АВП снабжает переводчика локализационными листами, где заранее указывается, как необходимо перевести и локализовать значимые надписи, стихи и песни, а также файлами KNP, в которых могут быть предложены варианты перевода онимов, ключевых фраз персонажей и т. п. Более того, многие инициаторы перевода (например, крупные компании, такие как Netflix, Iyuno и др.) требуют от переводчика выполнения перевода на собственных облачных платформах, которые позволяют не только, например, переводить субтитры к аудиовизуальному произведению, но и оперативно обеспечивать обратную связь от инициатора перевода, касающуюся качества перевода. Также в процессе локализации переводчик получает возможность обсуждать варианты перевода непосредственно с представителям компании-производителя и дистрибьютора контента, что

зачастую вызывает необходимость аргументировать и отстаивать собственные переводческие решения.

Важным параметром, связанным с ролью инициатора АВП, выступает тип локализации аудиовизуального произведения. Технические требования, предъявляемые к текстам перевода под озвучивание, субтитрирование и обеспечение медиадоступности, также влияют на специфику выстраивания переводческого процесса и определяют различные роли, в которых может оказаться переводчик в ходе выполнения АВП: переводчик, укладчик субтитров, укладчик текста под дублирование, редактор, выпускающий редактор и т. п. Учитывая полимодальный характер аудиовизуальных произведений, переводчику параллельно с соблюдением технических требований, обусловленных спецификой локализации в конкретной КСАВП, также необходимо учесть влияние остальных модусов и субмодусов, актуализирующих смыслы, заложенные в сюжет аудиовизуального произведения. В случае работы с квалифицированным инициатором перевода информацию о ключевых элементах текста, на которые необходимо обратить особое внимание при переводе и локализации, переводчику предоставляют вместе со скриптом и видеорядом. В других случаях переводчику необходимо выстраивать стратегию перевода, руководствуясь собственным зрительским и переводческим опытом или учитывая обратную связь от реципиентов, полученную любым доступным способом.

Цель перевода напрямую зависит от типа КСАВП, в которой работает аудиовизуальный переводчик. Точное попадание в жанрово-стилистические характеристики аудиовизуального произведения потенциально гарантирует успешность акта коммуникации в конкретно взятой КСАВП. В отличие от других КСП, в которых цель перевода, зачастую, осознает только переводчик, в ситуации КСАВП цель часто задается инициатором перевода в переводческом задании, которое содержит указание на возрастную категорию, к которой относится аудиовизуальное произведение, информацию о персонажах и специфику их психологических и речевых

характеристик и т. п. К примеру, непосредственно в диалоговом листе могут быть прописаны сведения о возрасте, характере и специфике речи персонажей, рекомендации по выбору тембра и характеристики голоса для озвучивания в случае локализации под дублирование, общая информация о стиле речи и тональности подачи информации, касающаяся каждого из значимых персонажей, специфика ожидаемого воздействия на зрителя и т. п. Довольно часто подобные характеристики прописаны в техническом переводческом задании и должны обязательно соблюдаться в процессе перевода и локализации. В шаблоне переводческого задания [Станиславский 2014] можно найти указания на тип целевой аудитории, цель перевода и локализации, рекомендации по стилистике изложения текста на языке перевода, ожидаемой реакции реципиентов на текст перевода и т. д. В случае отсутствия четко сформулированного переводческого задания рекомендуется учитывать функции аудиовизуальных произведений, реализующиеся в конкретных КСАВП, и их жанрово-стилистические характеристики, которые, как правило, в определенной степени совпадают даже в разных лингвокультурах.

Прогнозирование – в ситуации АВП является важным фактором, так как в зависимости от признаков внешней ситуации параметры КСАВП могут меняться, что приведет к изменению путей реализации заранее разработанной стратегии АВП. Причины подобных изменений могут быть разнообразными. Самая частотная ситуация – несовпадение ЦА в культуре языка оригинала и языка перевода. Вполне реальна ситуация, когда дистрибьютор закупает мультипликационный сериал для детского телевизионного канала 0+, но в процессе локализации выясняется, что данный контент предназначен для другой возрастной аудитории. Инициатор перевода может принять решение продолжить процесс локализации, переориентировавшись на другой канал сбыта локализованного контента, либо изменить переводческое задание, что станет причиной выбора принципиально иных способов реализации стратегии АВП, возможного

перемонтажа контента с разрешения правообладателя и т. п. При прогнозировании также важно учитывать законы, связанные с защитой авторских прав, и заранее выявлять те элементы аудиовизуального произведения, которые могут являться объектами авторского права. Это также может привести к необходимости внести изменения в стратегию АВП и переориентироваться на создание нового перевода таких элементов.

Что касается прогнозирования реакции ЦА на переведенное аудиовизуальное произведение, то при выстраивании стратегии переводчик может воспользоваться как собственными практическими наработками, так и результатами экспериментальных инструментальных исследований, предоставляемых инициаторами перевода. Исследованием восприятия аудиовизуальных произведений реципиентами занимаются не только переводоведы, но и представители отрасли кинопроизводства и локализации видеоигр, интегрируя результаты подобных исследований в свои внутренние процессы. Так, в исследовательском подразделении компании Disney Entertainment разработана система оценки реакции зрителей на аудиовизуальное произведение в процессе просмотра (система тестировалась на формате анимационных комедийных фильмов для семейного просмотра), считывающаяся при помощи компьютерного зрения [Navarathna et al. 2014]. В современных исследованиях в целях прогнозирования реакции зрителей на аудиовизуальное произведение активно применяется искусственный интеллект и глубокое машинное обучение. Исследователи изучают взаимосвязь эмоциональных арок, жанров аудиовизуальных произведений и коммерческого успеха аудиовизуальных произведений [Del Vecchio et al. 2021], анализируют стратегии эмбеддинга для сценариев, а также статистические признаки, полученные в результате сентимент-анализа [Cini, Abela 2025]. Разумеется, такого рода исследования направлены на достижение цели инициатора перевода, так как позволяют сопоставить отдельные элементы сценария с рейтингом фильма или видеоигры, а также ограничены только анализом естественного языка и не принимают во

внимание другие семиотические модусы и субмодусы. При этом применение аналогичных технологий в процессе прогнозирования реакции зрителя на АВП является важным элементом стратегии АВП в любой из рассмотренных в Главе 3 КСАВП.

Планирование в случае АВП является исключительно важным элементом, так как производственная цепочка АВП, о которой шла речь в разделе 1.3, подразумевает очень четкое соблюдение сроков предоставления АВП, однозначное распределение ролей в команде локализации и довольно точные установки от инициатора перевода, которые в большей степени регулируют профессиональное поведение переводчика. Говоря о профессиональном поведении переводчика независимо от вида выполняемого перевода, В. В. Сдобников выявляет следующие его компоненты [Сдобников 2015: 134–135]:

– проявление общего представления переводчика о специфике КСП и о способах достижения цели перевода;

– технологические аспекты: использование определенных тактик и операций, необходимых для решения профессиональных задач. В случае АВП необходимо отметить и технические аспекты: применение соответствующего программного обеспечения, соблюдение стилистических и оформительских требований, предъявляемых инициатором перевода и т. д.;

– следование этическим нормам переводческой деятельности.

Профессиональное поведение аудиовизуального переводчика также имеет трехкомпонентную структуру, в которой когнитивно-стратегическое понимание специфики коммуникативной ситуации и цели перевода органично сочетается с технологическими (включая технические) навыками и строгим соблюдением этических норм. Это поведение определяется не только выбором переводческой стратегии и тактик, но и необходимостью учитывать полимодальный характер аудиовизуального продукта и жесткие ограничения формата предоставления результата переводческой деятельности.

Контроль в процессе осуществления АВП также является обязательным элементом профессионального поведения переводчика и может осуществляться самостоятельно, когда переводчик в процессе АВП сверяет эффективность применения отдельных тактик и переводческих операций с генеральной линией осуществления переводческой деятельности, корректируя избранную стратегию или собственные действия в случае возникновения отклонений от общей программы деятельности в рамках конкретной КСАВП. Такого рода контроль осуществим в случае выполнения перевода для небольших компаний, в случае КСАВП-4, -5 и -8, когда инициатор перевода не является производителем аудиовизуального контента. В случае других КСАВП контроль над соблюдением параметров КСАВП осуществляется на трех уровнях:

– контроль со стороны инициатора перевода, который подразумевает не только итоговую оценку качества перевода и локализации, но и постоянный процесс согласования и сверки стратегии и тактик перевода на всем протяжении работы с переводческим проектом. При назначении отдельного согласующего лица со стороны студии-производителя или компании-дистрибьютора с ним производится согласование как общей стратегии АВП, так и отдельных переводческих решений. В случае возникновения вопросов со стороны инициатора перевода переводчик или выпускающий редактор вносит соответствующие коррективы в параметры КСАВП, заранее разработанный план переводческой деятельности и выносит решение об изменении подходов к работе с отдельными элементами аудиовизуального произведения;

– контроль со стороны команды локализации, который подразумевает многоступенчатую организацию контроля качества, включающую переводчика, редактора, выпускающего редактора, менеджера проекта и представителей студии локализации. На каждом из этапов контроля качества могут появляться идеи об изменении стратегического

плана в конкретной КСАВП, что может быть обусловлено совокупностью различных факторов лингвистической и экстралингвистической природы;

– самоконтроль аудиовизуального переводчика и корректирование своего профессионального поведения в рамках разработанной стратегии АВП либо корректирование способов реализации избранной стратегии в связи с возникновением соответствующих внешних обстоятельств.

Таким образом, стратегия АВП выступает в качестве центрального регулятора профессионального поведения переводчика, который состоит из пяти взаимосвязанных этапов: ориентирование → постановка цели → прогнозирование → планирование → контроль. Эта деятельность носит ярко выраженный коммуникативно-ориентированный и клиентоцентричный характер: инициатор перевода играет в КСАВП активную роль, задавая не только технические и стилистические рамки, но часто и саму цель перевода и локализации. Переводчик зачастую выступает не как автономный субъект, а как профессионал, действующий внутри производственной цепочки с четким распределением ролей, сроков и многоуровневым контролем качества. Стратегия в АВП зависит от различного рода экстралингвистических факторов и требует постоянной сверки и корректировки в режиме реального времени. Несоблюдение стратегии АВП на любом из этапов (например, игнорирование требований инициатора перевода или неточное прогнозирование ЦА) может привести к переработке всего переводческого и локализационного проекта, изменению канала дистрибуции или потере коммуникативного эффекта, который аудиовизуальное произведение должно оказывать на реципиента.

Таким образом, стратегия аудиовизуального перевода – это **динамическая, многоуровневая программа профессиональной деятельности** аудиовизуального переводчика (или команды локализации), **которая включает ориентирование в коммуникативной ситуации АВП (КСАВП)**, **формулирование и корректировку цели перевода, прогнозирование возможных изменений внешних параметров, детальное**

планирование процесса перевода и непрерывный или дискретный контроль результатов этого процесса. Стратегия направлена на достижение коммуникативной цели в конкретной ситуации перевода полимодального аудиовизуального произведения и учитывает специфику КСАВП, требования инициатора перевода, а также необходимость обеспечить адекватное воздействие на целевую аудиторию языка перевода и комфортное потребление аудиовизуального продукта.

Учитывая, что общими целями в различных КСАВП выступают обеспечение комфортного потребления аудиовизуального произведения реципиентом как с обычными, так и с особыми когнитивными потребностями, донесение фактической информации, которая интересует конкретную ЦА, создание коммуникативного эффекта, равноценного коммуникативному эффекту, предусмотренному жанром аудиовизуального произведения в рамках конкретной КСАВП, а также формирование лояльной аудитории и получение финансовой прибыли от производства, дистрибуции и проката аудиовизуального произведения, в данном исследовании внимание будет сосредоточено на стратегиях коммуникативно-равноценного перевода и переадресации (для обеспечения медиадоступности для отдельных целевых аудиторий с особыми когнитивными потребностями). Ниже будут рассмотрены конкретные тактики и переводческие операции, которые обеспечивают реализацию указанных стратегий в различных КСВАП.

4.3. Тактики аудиовизуального перевода как пути реализации переводческих стратегий

Если стратегия перевода используется на макроуровне и обусловлена КСП и ее актантами, то операции низшего уровня, используемые на микроуровне, зависят либо от решения переводчика, либо от конкретных требований, которые предъявляет к конечному продукту инициатор процесса перевода. В. Н. Комиссаров обращает внимание на двойственный характер стратегии перевода и отмечает, что она включает следующие категории выбора, который делает переводчик в процессе решения своих

профессиональных задач: «выбор общего направления действий, которым переводчик будет руководствоваться при принятии конкретных решений, и выбор характера и последовательности действий в процессе перевода» [Комиссаров 1999: 356–357]. В терминологии В. В. Сдобникова совокупность средств реализации стратегии перевода определятся как тактика перевода, а сами средства реализации, то есть действия переводчика по выбору средств языка перевода с целью создания текста перевода – как переводческие операции.

Рассматривая таксономию тактик перевода как способов реализации отдельных переводческих стратегий, В. В. Сдобников делает вывод о том, что тактика перевода представляет собой системно организованную совокупность переводческих операций, которая используется для решения определенной задачи в рамках избранной стратегии перевода [Сдобников 2015: 144], и которая не связана с различиями в системах двух языков и не определяется спецификой того или иного вида перевода с точки зрения технологии его осуществления [Там же. С. 201]. Данная мысль аргументируется тем, что различия между языками и вид перевода представляют собой факторы, которые не связаны с конкретной задачей, решаемой переводчиком в отдельно взятой КСП. При этом автор признает, что на способ осуществления перевода – применение отдельных тактик перевода и переводческих операций – оказывают влияние условия выполнения того или иного вида перевода. В случае АВП одним из таких параметров КСАВП выступает, например, тип локализации аудиовизуального произведения, который зависит чаще всего не только от жанрово-стилистической специфики текста или от желания переводчика, но и от требований, которые выдвигает инициатор перевода. Так, в зависимости от первичных параметров КСАВП одно и то же аудиовизуальное произведение может быть локализовано как при помощи субтитров, так и посредством озвучивания в технике закадрового перевода или дублирования, а в случае необходимости обеспечения медиадоступности может быть

снабжено тифлодорожкой или субтитрами для глухих и слабослышащих. В результате получается несколько вариантов одного и того же аудиовизуального произведения, которые могут существенно отличаться друг от друга и создаваться при помощи разных тактик аудиовизуального перевода и отдельных переводческих операций.

Ниже будут рассмотрены отдельные тактики АВП, характерные как для всех КСАВП, так и для отдельных КСАВП, что обусловлено спецификой их параметров. Необходимо отметить, что тактики, применяемые в ситуациях с использованием АВП, частично пересекаются с тактиками перевода художественного текста как способами реализации стратегии коммуникативно-равноценного перевода, рассматриваемыми В. В. Сдобниковым: тактика прагматической адаптации текста, тактика воспроизведения индивидуально-авторского стиля, тактика воспроизведения стилистических особенностей текста, тактика сохранения национального колорита исходного текста, тактика хронологической адаптации текста, тактика воспроизведения функций формально-структурных характеристик текста, тактика воссоздания образной структуры текста [Сдобников 2015: 275]. Так как указанные тактики довольно полно описаны в упомянутой работе, в данном исследовании принято решение сфокусировать внимание на тактиках перевода, более специфичных для АВП. Важно отметить, что таксономия тактик АВП представляет собой открытый список, который может дополняться в случае внедрения новых технологических решений в области АВП или в случае возникновения и развития новых форматов и жанров аудиовизуальных произведений. Следует также отметить, что в одной и той же КСАВП в качестве путей реализации избранной стратегии перевода могут применяться комбинации из разных тактик, дополняющих друг друга. Это необходимо для достижения цели конкретной КСАВП.

4.3.1. Тактики аудиовизуального перевода как способы реализации стратегии коммуникативно-равноценного перевода

Стратегия коммуникативно-равноценного перевода, как уже отмечалось выше, ориентирована не на механическую трансформацию вербальной составляющей оригинала, а на создание текста, который потенциально может стать коммуникативно-равноценной заменой текста оригинала в культуре языка перевода. Данный тезис особенно актуален для АВП, так как коммуникативный эффект, оказываемый на реципиента, потребляющего продукт АВП, должен быть аналогичен коммуникативному эффекту, оказываемому на реципиента оригинального аудиовизуального произведения, что является целью всех актантов КСАВП: инициатор перевода заинтересован в успешной коммерческой и культурной экспансии продукта на новом рынке, для реципиента перевод должен стать естественной заменой оригинальному аудиовизуальному произведению, а переводчик должен обеспечить оказание требуемого коммуникативного эффекта. Потребитель перевода должен смеяться над равноценными по силе воздействия шутками, переживать те же эмоции и погружаться в ту же нарративную вселенную, что и потребитель оригинала. Если стратегия коммуникативно-равноценного перевода работает без сбоев, реципиент забывает, что потребляет исходно чужой продукт; если нет – возникает ощущение искусственности, культурного или когнитивного диссонанса.

В качестве операторов стратегии коммуникативно-равноценного перевода в КСАВП было выделено шесть тактик на основании учета полимодальности аудиовизуального текста, особенностей его локализации, специфики прагматической задачи перевода и задачи сохранения нарративной целостности аудиовизуального произведения:

1) тактика передачи релевантной информации,
2) тактика компрессии информации,
3) тактика артикуляционно-кинесической синхронизации,
4) тактика создания псевдоустности,

5) тактика транскреации,

6) тактика сохранения вселенной аудиовизуального произведения.

Именно такой минимальный набор тактик позволяет переводчику гибко балансировать между верностью оригиналу и погружением аудиовизуального произведения в принимающую культуру, не нарушая главного принципа стратегии – равноценного коммуникативного воздействия на реципиента – потребителя аудиовизуального произведения. Далее каждая тактика будет рассмотрена подробно, а анализ примеров применения тактик позволит выделить переводческие операции, способствующие реализации указанных тактик.

4.3.1.1. Тактика передачи релевантной информации

Тактика передачи релевантной информации подразумевает максимальное сохранение смыслового содержания аудиовизуального текста для достижения цели КСАВП и создания планируемого коммуникативного эффекта без значительных сокращений, опущений или упрощений текста перевода. Данная тактика в большинстве случаев применяется в тех КСАВП, в которых аудиовизуальный текст играет в первую очередь информационную роль, а художественно-эстетическая и развлекательная функции уходят на второй план. Это КСАВП-2, КСАВП-3, КСАВП-4 и КСАВП-5.

Описывая тактику передачи релевантной информации, В. В. Сдобников, в терминологии которого данная тактика называется «тактика максимально точной и полной передачи информации», выделяет две основные переводческие операции, применяемые для передачи терминов, так как именно в них заключена бóльшая часть коммуникативно-релевантной информации: использование межъязыковых соответствий при условии их наличия в ПЯ и создание нового термина посредством применения транскрипции, транслитерации и описательного перевода [Сдобников 2015: 245–246]. Данные переводческие операции также характерны и для АВП, особенно в тех случаях, когда верная передача терминов является залогом достижения цели коммуникации. Рассмотрим, например, КСАВП-2, а именно

документальную телепрограмму «Реальная поездка» (Reality Rides) [Greene 2013], закадровый перевод для которой был выполнен компанией RuFilms. Суть сюжета – работа команды реставраторов автомобилей, которые по всей Америке собирают автомобили в плачевном состоянии и ремонтируют их, используя в качестве запасных частей для них детали, найденные на свалках или в гаражах автолюбителей. С одной стороны, процесс реставрации автомобилей комментируется героями телепрограммы в свободной разговорной манере, с другой – их речь изобилует специальными терминами, которые необходимо передать корректно и точно. Рассмотрим пример:

Carl: *Kenny, I saw a Rochester stamping on that carburetor. That really surprised me, this being a Dodge. Most Rochesters were G.M.S.*

Kenny: *Most of the carburetors I researched, they looked like they were zeniths, but that one shows to be a Rochester. We just have to get some part numbers off it and stuff. And it actually looks like it's at a little bit of an angle, like maybe the gasket may be. You know, the mounting plate may be a little off there.*

На экране мы видим героев телепрограммы, рассматривающих моторный отсек автомобиля. Необходимо отметить, что в кадре видно соответствующее устройство – *carburetor*, поэтому в переводе необходимо дать однозначный вариант перевода – *карбюратор*. Более того, целевая аудитория подобных программ – зрители, которые интересуются автомобилями и сведущи в их устройстве, поэтому разговор героев должен терминологически соответствовать предметной области. В русском переводе предложены следующие варианты терминологических соответствий:

Карл: *Кенни, я тут увидел на карбюраторе клеймо «Рочестер» и очень удивился. Машина-то «Додж», а «Рочестеры» ставили на «Дженерал Моторс»*.

Кенни: *Большая часть карбюраторов, с которыми я имел дело, были похожи на «Зенит». А этот оказался «Рочестер». Нам только нужно переписать номер детали. И, похоже, он стоит немного криво. Может, дело в прокладке, немного отошла монтажная плата*.

В переводе даны однозначные соответствия всем специальным терминам, употребленным в оригинале, а сама реплика соответствует требованиям изохронии и укладывается в хронометраж реплики на языке оригинала. Именно по этой причине закадровый перевод представляется оптимальным вариантом локализации аудиовизуальных произведений, в которых необходимо обеспечить полную передачу информации и использовать однозначные терминологические соответствия.

Интересным примером реализации тактики полной передачи информации может стать КСАВП-4, где обучающий дидактический эффект может реализовываться не только за счет перевода вербальной составляющей аудиовизуального произведения, но и за счет частичного добавления информации посредством вербализации в переводе тех смыслов, которые были выражены при помощи других модусов. В качестве примера рассмотрим фрагмент лекции Эми Кадди «Язык тела формирует вашу личность», размещенной на платформе TED Talks. Закадровый перевод предоставлен видеоплатформой YouTube [TED 2012]. Лекция посвящена тематике сильных поз, и лектор утверждает, что принятие сильной позы даже в момент неуверенности в себе может помочь эту уверенность обрести. В ходе презентации лектор находится на сцене, активно жестикулирует и переключает слайды, а в зале располагается аудитория слушателей.

Для обеспечения успешности применения стратегии коммуникативно-равноценного перевода и гарантии наиболее полного понимания текста реципиентами на языке перевода в процессе реализации тактики передачи релевантной информации переводчики используют добавления с целью уточнения: *«And I’m hoping that if you learn to tweak this a little bit, it could significantly change the way your life unfolds». – «Я надеюсь, что сегодня вы научитесь следить за своей позой, и это поможет вам значительно изменить вашу жизнь».*

Фраза передана полностью, вдобавок переводчики расшифровали словосочетание *learn to tweak this* посредством добавления словосочетания

«следить за своей позой», что соответствует контексту сцены и подразумевается темой выступления.

Когда лектор находится не в кадре и зрителю может быть не ясно, что она имеет в виду, в переводе появляются добавления, уточняющие информацию, отсутствующую в аудио- и видеоряде: *«Sometimes we hold to our arms like this, sometimes we spread out». – «Иногда мы скрещиваем руки на груди, а иногда раскидываем их во всю ширь».* Из английской фразы *hold to our arms like this* реципиенту может быть не понятно, как именно держит руки лектор, которая находится не в кадре, так как камера переключается на аудиторию, сидящую в зале. В следующем кадре мы видим лектора, которая широко раскидывает руки, из чего становится ясно, что предыдущим жестом были руки, скрещенные на груди. Переводчики добавляют эту информацию в текст перевода – *«скрещиваем руки на груди»,* – чтобы обеспечить полноту передачи информации и помочь зрителю понять суть высказывания.

Как уже говорилось, в рамках тактики полной передачи информации переводчики могут обеспечивать эту полноту также за счет описания видеоряда, которое интегрируется в реплику лектора в переводе. На экране показан слайд: спортсмен-бегун, победивший в гонке, раскинул руки, демонстрируя триумф и радуясь победе. Лектор снабжает слайд следующим комментарием: *«And this one is especially interesting because it really shows us how universal and old these expressions of power are». – «Этот жест особенно интересен, поскольку он показывает, насколько старо и универсально это выражение силы».*

В оригинале использовано словосочетание *this one*, которое подразумевает жест, как понятно из контекста сцены. Тем не менее, переводчики вводят в реплику описание слайда и вместо местоимения-заместителя *one* используется существительное *«жест»*.

Несмотря на столь подробную передачу реплик в переводе, в КСАВП-4 как средство реализации тактики полной передачи информации может применяться опущение нерелевантной информации. Рассмотрим пример:

«*We are interested in, like, you know, erm… an awkward interaction, or a smile, or a contemptuous glance, or maybe in a very awkward wink, or maybe even something like a handshake». – «Нас интересуют разные забавные моменты: неловкость в общении, смешные улыбки, презрительный взгляд, неуклюжее подмигивание или простое рукопожатие».*

В данном примере в оригинале лектор использует дискурсивные слова и междометия *like*, *you know*, *erm*, так как не может подобрать соответствующее слово для описания явления, о котором пойдет речь далее. В переводе данные элементы опущены, речь лектора получается чистой и логичной, что позволяет обеспечить максимальный коммуникативный эффект от передачи когнитивной информации, а реципиент не отвлекается на слова-паразиты, которые не несут смысла, а применяются исключительно для обеспечения связности речи и заполнения паузы.

Все рассмотренные выше примеры представляют собой КСАВП, в которых использовано закадровое озвучивание – этот вид локализации не препятствует добавлению необходимой информации, не связывает переводчика жесткими временными и пространственными требованиями. Тактика передачи релевантной информации реализуется в этом случае посредством использования терминологических инвариантов, согласующихся с предметной областью, к которой тематически относится аудиовизуальное произведение, и применения переводческих операций добавления с целью уточнения и конкретизации высказывания путем описания визуального ряда. Несколько иная ситуация наблюдается при переводе субтитров, так как технические требования, предъявляемые к данному виду локализации, устанавливают жесткие технические рамки, в которые переводчик должен вписать перевод. В этом случае тактика передачи релевантной информации входит в противоречие с техническими требованиями к результату перевода, что может выразиться в применении тактики компрессии информации, которая будет рассмотрена ниже.

4.3.1.2. Тактика компрессии информации

Одной из ключевых тактик, обеспечивающих эффективность реализации КСАВП в тех случаях, когда локализация текста производится в форме субтитров, выступает тактика компрессии информации. Текст субтитров состоит из совокупности линейно организованных и последовательно расположенных сегментов информации: в нем реплики могут передаваться только одна за другой, что неизбежно приводит к необходимости сознательного отбора и сокращения исходного вербального материала. Таким образом, исследователи АВП признают, что тактика компрессии информации лежит в основе создания и перевода субтитров, что обусловливается природой ограничений, налагаемых на данный вид перевода и локализации аудиовизуальных текстов [Bogucki 2020: 85]. Причина возникновения подобных ограничений объясняется тем, что сам процесс просмотра аудиовизуального произведения с субтитрами, в особенности в случае детской или возрастной целевой аудитории, «требует постоянной интеграции информации, передаваемой посредством изображения и субтитров, и в результате чтение субтитров требует намного бóльших когнитивных усилий для обработки информации, чем просмотр визуального ряда» [Koolstra et al. 2002: 346]. В результате переводчик и укладчик субтитров вынуждены постоянно принимать сложные решения относительно того, какую информацию необходимо сохранить в переводе, а какую подвергнуть компрессии.

Говоря о переводческих операциях, применяемых при реализации тактики компрессии информации, Х. Диас Синтас делит их на две группы: способы частичной компрессии, подразумевающие более краткое изложение информации, и способы полной компрессии, заключающиеся в опущении части реплики на языке перевода [Díaz-Cintas 2000: 166]. Р. Антонини выделяет три переводческие операции, применяемые в рамках тактики компрессии информации: устранение (elimination), сокращение (rendering) и упрощение (simplification) [Antonini 2005: 213–214]. Переводческая операция

устранения представляет собой опущение (в данной работе будет использоваться этот термин) информации, которая отвечает не за содержание реплики, а за ее форму (плеоназмы, хезитации, повторы, ономатопея, междометия и т. п.). Предлагается также опускать ту информацию, которую зритель может самостоятельно извлечь из визуального ряда. Переводческая операция сокращения подразумевает сокращение текста субтитров за счет отказа от передачи диалектных и сленговых выражений, средств создания комического эффекта, акронимов, обсценной лексики и т. п. Переводческая операция упрощения заключается в упрощении синтаксических структур и сведении сложных структур к ядерным. Интересно, что согласно исследованиям П. Георгакопулу, переводческая операция сокращения применяется чаще, чем операция опущения, причем эта частотность не зависит от формата аудиовизуального произведения [Georgakopoulou 2003: 200].

Важно отметить, что представители заказчика также обращают внимание на необходимость применения тактики компрессии информации при переводе субтитров. Так, руководство по стилю при переводе субтитров, разработанное компанией Netflix, содержит довольно четко сформулированные требования относительно того, какая информация должна быть компрессирована, чтобы избежать нарушения технических требований к длине строки, скорости чтения и укладке с учетом границ кадров (один субтитр не должен пересекать более одной границы кадров). Так, в требованиях к субтитрам на русском языке [Netflix 2025] указано, что опускать необходимо фразы, которые произнесены два и более раз одним и тем же персонажем, также рекомендуется однократное упоминание в субтитре слов, которые повторяются два или несколько раз подряд. Например, реплика *Oh, no, no, no, no, no* в субтитре должна выглядеть следующим образом: *«О нет»*. При этом субтитр должен оставаться на экране на протяжении всей реплики. Также не рекомендуется использовать в переводе диалектизмы, табуированные слова и их дериваты. В случае

необходимости рекомендуется опускать междометия, вводные фразы, не несущие смысла и употребляющиеся для оформления высказывания, использовать общеупотребительные сокращения (*«г-жа»* вместо *«госпожа»* или *«руб.»* вместо *«рублей»*).

По субъективным оценкам переводчиков субтитров, при использовании тактики компрессии информации общий объем текста уменьшается приблизительно на 30 % [Koolstra et al. 2002: 328], однако переводоведы предостерегают от чрезмерного увлечения данной тактикой. Решение о том, какую информацию опустить или сократить – довольно сложное, в особенности учитывая открытый характер перевода субтитров, о котором шла речь в Главе 2 данного исследования. В отличие от дублирования, при потреблении аудиовизуального произведения, снабженного субтитрами, реципиент слышит исходную аудиальную дорожку, поэтому избыточная компрессия может приводить к негативному восприятию аудиовизуального произведения. При использовании тактики компрессии информации переводчик-субтитровщик обязан оценивать коммуникативную ценность информации, передаваемой посредством визуальных модусов и субмодусов, и компрессировать в первую очередь те фрагменты, в которых смыслы явно транслируются посредством видеоряда. Стоит подчеркнуть, что продолжительные реплики, которые реципиент слышит на языке оригинала, снабженные слишком компрессированными субтитрами, могут вызывать подозрение у зрителя, так же как и лаконичные реплики, снабженные продолжительными субтитрами [Díaz-Cintas 2000: 166]. Кроме того, при переводе рекомендуется учитывать, что отдельные слова, такие как имена, географические названия, слова-интернационализмы и популярные иноязычные выражения, могут быть понятны реципиентам и без перевода. Поэтому в процессе применения тактики компрессии необходимо учитывать наличие таких слов и передавать их в субтитрах, максимально синхронизировав с репликами, звучащими в оригинале.

Ниже приводятся примеры реализации тактики компрессии информации в различных КСАВП. Необходимо отметить, что локализация в форме субтитров может применяться в любой КСАВП, но степень компрессии информации может быть разной.

Рассмотрим переводческие операции, применяемые в рамках тактики компрессии информации в случае КСАВП-1. В качестве примера выступит довольно сложное для перевода аудиовизуальное произведение: мультипликационный сериал для взрослых «Рик и Морти» (Rick and Morty) [Roiland, Harmon 2012–2026]. Сложность заключается в том, что это комедийный научно-фантастический мультсериал 18+, изобилующий специфическим черным юмором, сленговыми выражениями и оригинальными средствами создания образности. В центре сюжета – циничный безумный ученый Рик Санчес и его неуверенный в себе внук Морти. Вместе они путешествуют по разным планетам, и Рик постоянно затягивает Морти в авантюры. Коммуникативная задача перевода данного мультсериала – передать комический эффект и показать гротескную разницу в речи деда и внука (Рик любит употребить крепкое словцо и говорит намного живее, чем Морти). Перевод субтитров ко второму сезону данного сериала, который стал материалом для данного анализа, выполнен специалистами компании RuFilms.

Анализ двух эпизодов второго сезона мультсериала показывает, что переводчики, применяя тактику компрессии информации, действовали строго в соответствии с требованиями заказчика. Таким образом, тактика компрессии информации выражается в опущении повторяющихся слов, дискурсивных слов, междометий, сленгизмов и табуированной лексики. Рассмотрим пример: «*Then it's settled. No need to pack. / Let's go go go go. – Решено! / Вещи не нужны. Погнали!»* Здесь и далее одна косая черта (/) означает деление субтитра на строки, две косые черты (//) – деление на отдельные субтитры. В данной сцене Бет и Джерри – родители Морти – в очередной раз ссорятся, и Рик принимает решение отвезти их на планету

Брачия-4, где работают лучшие в Галактике семейные психотерапевты. Рик молниеносно принимает решение, вскакивает из-за стола и бежит снаряжать свою летающую тарелку. В данном примере в оригинале спешка выражается в четырехкратном повторении глагола *go*. В русском переводе, в соответствии с требованиями заказчика, применена тактика компрессии информации, и повтор английского глагола *go* заменен одним русским *«Погнали!»*. Применение разговорного значения данного слова (разг. «Заставить быстро пойти, отправиться куда-либо» [Кузнецов 2000]) полностью вписывается в речевой портрет персонажа. Учитывая, что ЦА данного сериала на русском языке – молодежь, есть большая вероятность, что они распознают нейтральное английское *go* и разговорный вариант в переводе создаст на контрасте необходимый комический эффект.

В связи с тем, что в рассматриваемом аудиовизуальном произведении много псевдоустной речи (данное явление будет подробно рассмотрено в разделе 4.3.1.4), реплики героев изобилуют дискурсивными словами, сленгом и ругательствами (Рик регулярно употребляет табуированный глагол *to f*ck* и его различные производные). В соответствии с условиями применения тактики компрессии информации, такие элементы также предлагается опускать. Рассмотрим пример: «*Do you think Mom and Dad are, you know, / gonna get a divorce?» – «Как ты думаешь, мама с папой разведутся?»* В данном примере Морти тревожится за судьбу своих родителей и задает вопрос старшей сестре Саммер. Морти – скромный, капризный и неуверенный в себе мальчик, что объясняет наличие в его речи большого количества хезитаций, дискурсивных слов (*you know*) и типичной разговорной лексики (*gonna*). В русском переводе данные элементы опущены, и фраза звучит вполне нормативно, однако это не меняет общей характеристики персонажа, так как компрессия компенсируется визуальным и аудиальным невербальными модусами: Морти в растерянности разводит руками, его голос дрожит, и просодические характеристики высказывания передают его эмоциональное состояние.

В качестве средства реализации тактики компрессии информации в рассматриваемом мультсериале применяется переводческая операция упрощения синтаксической структуры реплик. Это связано как с языковой асимметрией, так и со спецификой речи персонажей: Рик говорит очень быстро и энергично, что создает проблему для переводчика субтитров – перевод не укладывается в ограничения по скорости чтения. В связи с этим опущения отдельных фраз сопровождаются упрощением синтаксиса. Рассмотрим пример: «*We're gonna live our lives until we die. / Possibly by vampire. // More likely auto accident or heart disease, but possibly vampire». – «Жить и умереть. Возможно от укуса вампира. Чаще от инфаркта мрут, / но иногда и от укуса вампира».* В данной сцене вся семья сидит за столом и Морти рассказывает о том, что нового произошло в школе: там появился вампир, который выпил всю кровь из работницы школьной столовой. Саммер в ужасе спрашивает, как теперь быть, а дед Рик в свойственной ему циничной манере отвечает репликой, указанной выше. В переводе реплика существенно компрессирована как за счет использования односоставного безличного предложения «*Жить и умереть*», так и за счет опущения словосочетания *auto accident*. В данном случае тактика компрессии информации позволяет сократить объем реплики и уложить ее в ограничения по скорости чтения, а с другой стороны, позволяет добавить существительное *«укус»*, чтобы реплика соответствовала узусу русского языка.

Упрощение структуры реплики может производиться также посредством других переводческих операций, например, антонимического перевода: «*But listen, just be careful, / we can't rule anybody out as the vampire». – «Только осторожнее, // любой из них может быть вампиром».* В данном примере нас интересует финальная часть субтитра, где отрицательное предложение *«we can't rule anybody out as the vampire»*, являющееся слишком длинным для субтитра (41 знак), переводится утвердительным «*любой из них может быть вампиром*», включающим

32 знака с пробелами, что соответствует техническим ограничениям длины строки.

Как уже говорилось выше, наиболее частотной переводческой операцией в процессе реализации тактики компрессии информации становится сокращение реплики за счет переосмысления ее содержания и применения лексико-семантических преобразований. В таком случае тактика компрессии информации реализуется комплексно, включает не только различные приемы сокращения, но и переводческие операции опущения и упрощения синтаксической структуры субтитра. Рассмотрим пример: «*Yeah I got bored, and then I remembered /this morning how I blew Summer off // and I thought, hey, why are you such a / grumpy douche, Rick, // go to the garage, transfer your mind into / a younger clone of yourself, // and get embroiled in some youthful / hijinks, what's the BFD». – «Мне стало скучно, / я вспомнил наш разговор // и сказал себе: / чего разворчался-то, Рик? // Пойди в гараж, / сделай себе мелкого клона // и займись подростковыми игрищами, // это же прикольно!»*. В данном отрывке Рик превратил себя в подростка и пришел к своим внукам в школу, чтобы помочь им поймать вампира. Рик говорит очень быстро, и англоязычные субтитры, предложенные заказчиком в качестве основы для перевода, не укладываются в рамки технических ограничений. Поэтому в русском переводе в рамках тактики компрессии информации было произведено существенное сокращение реплик: с 271 знака с пробелами в оригинале до 181 знака с пробелами в переводе, то есть практически на 35 %. В основном использованы переводческие операции генерализации (*«how I blew Summer off»* – «*наш разговор»),* смыслового развития (*«why are you such a / grumpy douche, Rick» – «чего разворчался-то, Рик?»*) и целостного преобразования («*what's the BFD» – «это же прикольно!»*). Такая компрессия, сопровождаемая отдельными опущениями междометий (*hey*) и табуированной лексики (*BFD* – аббревиатура от англ. табуированного *Big f*cking deal*), с одной стороны, упрощает речевой портрет Рика, с другой стороны, позволяет реципиенту

оставаться в контексте сцены, так как больший объем текста реципиент просто не успеет прочитать и осмыслить.

Похожим образом тактика компрессии информации реализуется в следующем примере: «*I gotta tell you, Rick, // it's pretty great to be in the spaceship /just the two of us, you know? // Just cruising around, Rick and Morty style». – «Знаешь, Рик, // так круто – / мы вдвоем, в летающей тарелке, // бороздим просторы Вселенной».* На экране Рик и Морти летят в летающей тарелке, и Морти с восторгом говорит деду, что очень рад их совместным приключениям. Как и в предыдущем примере, в связи с большим объемом реплики на языке оригинала переводчик вынужден применять тактику компрессии информации, используя опущения, упрощения и логические преобразования смыслов с целью сокращения. При этом переводчик в рамках применения данной тактики позволяет себе небольшую шалость – употребляет выражение «*бороздим просторы Вселенной*», которая является отсылкой к знаменитой комедии Л. Гайдая «Операция “Ы” и другие приключения Шурика». Похожую фразу произносит герой М. Пуговкина прораб Павел Степанович, обличая пороки работника-хулигана Феди. Сложно сказать, считывают ли данную цитату представители русскоязычной целевой аудитории мультсериала, но потенциально этой фразой создается комический эффект, что является требованием жанра рассматриваемого аудиовизуального произведения.

Отдельного внимания заслуживают примеры, в которых тактика компрессии информации применяется при условии компенсации опущенного вербального компонента посредством визуальных модусов и субмодусов. Рассмотрим пример: *«And we will now render Jerry's perception of Beth with artificial, biological life». – «Сейчас мы посмотрим, / как вы воспринимаете Бет на самом деле».* В данной сцене Бет и Джерри находятся на приеме у семейных психотерапевтов с планеты Брачия-4, Джерри надевают на голову шлем, чтобы сканировать его мозг и получить воплощение его представлений о Бет в форме искусственного биологического объекта. В

переводе опущено уточнение *with artificial, biological life,* а в процессе смыслового развития в субтитре появляется обстоятельство *«на самом деле»*. Нет необходимости перегружать субтитр лишней информацией, так как буквально в следующем кадре зритель видит на экране воплощение Бет в виде огромного агрессивного насекомого-ксеноморфа. Бет возмущается данным воплощением, а Джерри пытается себя защитить и произносит реплику: *«I didn't do anything! / They scanned it out of my brain!» – «Они вытащили эту дрянь из моего мозга!»*. В субтитре опущено первое предложение «*I didn't do anything!*», так как на экране видно, что Джерри действительно не предпринимал никаких действий, а в качестве оправдания и несогласия Джерри с воплощением Бет в русском варианте местоимение *it* заменено на слово *«дрянь»*, обладающее отрицательной коннотацией и явно описывающее того монстра, который появляется на экране.

Рассмотрим способы реализации тактики компрессии информации, применяемые в другой КСАВП, а именно в КСАВП-5. В качестве материала для анализа использованы рекламные ролики биохимической компании Erber Group, специализирующейся на разработке биологических добавок к кормам для животных и управлении рисками, связанными с микотоксинами. Перевод рекламных роликов был выполнен специалистами компании «Альба Мультимедиа». Необходимо отдельно отметить, что анализируемый ролик представляет собой рекламу в секторе B2B, то есть предназначен не для широкой публики, а для специалистов в сфере ветеринарии и питания животных. В связи с этим ролик насыщен специальными терминами, числовой информацией и прочими данными, которые могут быть полезны для реципиента. При этом технические требования к качеству субтитров, которые практически не зависят от специфики КСАВП, остаются неизменными, что вынуждает переводчика применять тактику компрессии информации даже в той ситуации, где довольно сложно ранжировать информацию по степени важности для реципиента. Рассмотрим примеры: «*ERBER group is one of the world's leading groups of companies / in the field of*

food and feed safety». – «ERBER Group – мировой лидер / в области пищевой безопасности». В рассматриваемых примерах субтитры на языке оригинала представляют собой полный текст, произносимый диктором, и поэтому не укладываются в технические ограничения. Английский субтитр в данном случае включает 97 знаков с пробелами, что существенно превышает требования к длине строки и скорости чтения. В результате применения тактики компрессии информации русский субтитр уложился в 57 знаков с пробелами, что соответствует требованиям к качеству субтитров и сокращает исходный текст почти в два раза. В данном случае переводчик применил комплексный подход и использовал как операцию опущения и упрощения: «*is one of the world's leading groups of companies» – «мировой лидер»,* так и операцию сокращения путем применения генерализации: «*in the field of food and feed safety» – «в области пищевой безопасности».* Необходимо отметить, что опущенная и сокращенная информация никак не компенсируются посредством видеоряда, но в условиях общения в сегменте B2B можно быть уверенными, что первое, что сделает реципиент, – соберет дополнительную информацию о компании в Интернете, ознакомится с ее буклетом или побеседует с официальным представителем в случае демонстрации ролика на выставке. Таким образом, задача переводчика – кратко дать основную информацию о компании, чтобы реципиент заинтересовался ее коммерческим предложением.

Аналогичной тактики переводчик придерживался и в другом ролике компании Erber Group, рассказывающем о собственном научном подразделении Romer Labs: *«Romer Labs is an international market leader in diagnostics solutions in food and feed safety». – «Romer Labs – ведущий центр диагностики // в области пищевой безопасности».* Как видно из примера, при переводе часть информации, которая уже известна реципиенту из контекста, была опущена – *international market, solutions,* а английское *food and feed safety,* как и в предыдущем примере генерализовано до «*пищевой безопасности».*

Как и в КСАВП-1, тактика компрессии информации в рассматриваемом материале применяется и за счет частичной компенсации в видеоряде. Рассмотрим пример: *«By applying our own cutting edge technologies / we manage to provide natural, sustainable and profitable solutions for animal production». – «Применяя передовые технологии, // мы разрабатываем / натуральные и экономичные корма // для животноводства».*

В оригинале снова появляется длинный и сложный субтитр, который не соответствует техническим требованиям. В переводе этот субтитр разбит на три, также переводчик применил несколько переводческих операций с целью реализации тактики компрессии информации: переводчик опускает выражения *our own*, упрощает синтаксическую форму составного глагольного сказуемого *manage to provide* до простого односоставного *«разрабатываем»,* так как на экране в этот момент демонстрируется лаборатория компании, в которой люди в белых халатах занимаются разработкой кормов. Видеоряд понятен реципиенту – представителю потенциального партнера Erber Group, а полученные субтитры соответствуют требованиям скорости чтения и длины строки.

Таким образом, применение тактики компрессии информации в КСАВП осуществляется посредством переводческих операций опущения, упрощения и сокращения, причем использование указанных операций, как по отдельности, так и в комплексе, способствует приведению субтитров в соответствие с техническими требованиями, что обеспечивает их ясность, понятность и возможность беспрепятственного восприятия для реципиента.

4.3.1.3. Тактика артикуляционно-кинесической синхронизации

Данная тактика применима к КСАВП-1 и КСАВП-7, где на первый план выходят развлекательная и художественно-эстетическая функции, которые требуют максимального погружения реципиента как в диегезис художественного аудиовизуального произведения, так и в виртуальную реальность видеоигры. Для достижения максимального эффекта погружения в нашей стране, как и во многих других, перевод традиционно выполняется

под дублирование. В этом случае качество перевода оценивается не только с точки зрения полноты передачи смыслов, заложенных в текст аудиовизуального произведения, но и с точки зрения попадания перевода в губы. Имеется в виду степень соответствия движения губ персонажей на экране и синхронного текста перевода с точки зрения артикуляционной синхронизации (липсинк) и мимической синхронизации (изохрония). Цель применения данной тактики считается достигнутой, если текст, который реципиент слышит с экрана, звучит естественно и идиоматично и соответствует как диегезису кинофильма, мультипликационного фильма, компьютерной игры и т. п., так и работе речевого аппарата актеров, говорящих на языке оригинала. В результате при условии качественного дублирования у реципиента создается полное ощущение того, что все персонажи на экране говорят на родном для него языке.

В дополнение к этому Ф. Чауме обращает внимание на то, что при синхронизации текста перевода наряду с артикуляцией необходимо также учитывать язык тела актеров: жесты, позы, специфику расположения тела актера в кадре, которые реципиент может воспринимать исключительно посредством визуального перцептивного канала. В связи с этим Ф. Чауме предлагает рассматривать три типа синхронизации, которых необходимо придерживаться при дублировании [Chaume 2020: 111–112]:

– кинесическая синхронизация – синхронизация текста перевода и языка тела актеров. В некоторых случаях, когда кинесические знаки (мимика, взгляд, жесты, позы, походка) представляются значимыми для понимания сюжета, но не сопровождаются текстом, может возникнуть необходимость в их экспликации в переводе. Когда в оригинале кинесические знаки сопровождаются текстом, который подчеркивает их значение или, наоборот, создает эффект иронии или обманутого ожидания, перед переводчиком стоит сложная задача синхронизировать вербальный модус аудиовизуального текста с визуальным модусом, то есть языком тела актеров на экране. Как отмечает Ф. Чауме, «кинесические знаки могут представлять собой

ограничение для перевода, особенно когда естественный перевод невозможен; в этом случае переводчику приходится изменять содержание текста оригинала таким образом, чтобы перевод соответствовал движениям тела актера» [Chaume 2020: 112];

– изохрония – это синхронизация продолжительности реплик в оригинале и переводе, когда синхронный текст перевода должен четко укладываться в промежуток между открыванием и закрыванием рта актера на экране. Именно отсутствие изохронии становится первым явным признаком некачественного дублирования: реплика может продолжаться, когда речевой аппарат актера уже двигается, либо актер беззвучно открывает рот на экране, а перевод в этот момент отсутствует и т. п. При создании перевода под дублирование необходимо также обращать внимание на соответствие текста перевода ритмической организации текста оригинала, на наличие паузаций и хезитаций в репликах персонажей. В качестве переводческих операций по реализации тактики артикуляционно-кинесической синхронизации в целях достижения оптимальной изохронии могут использоваться повторы, комментарии, перифразы, добавления синонимов или антонимов или опущения отдельных элементов реплики;

– липсинк (артикуляционная синхронизация) – это синхронизация текста перевода и артикуляции актеров на экране; процесс достижения данного типа синхронизации называется укладкой. В профессиональной среде под термином «липсинк» понимается совокупность артикуляционной синхронизации и изохронии, но в данном исследовании липсинк рассматривается как отдельный тип синхронизации. Для достижения эффекта липсинка переводчику необходимо учитывать количество смыков губ актера, произносящего реплику, которое может не совпадать с фактическим количеством слогов в произносимой реплике, а также артикуляционное оформление текста оригинала. В основном внимание обращается на ударные огубленные гласные переднего и заднего ряда и губно-губные и губно-зубные согласные, которые артикулируются особенно ярко и требуют точной

синхронизации с текстом перевода. Исследования, посвященные переводу под дублирование и, в том числе, автоматизации данного процесса (см., например, [Taylor et al. 2015]), устанавливают соответствия между отдельными фонемами и динамическими виземами – контрастными движениями речевых артикуляторов, извлеченными в результате анализа визуальных образов говорящего человека [Taylor et al. 2012: 276], что позволяет добиться максимальной точности укладки текста перевода.

В зависимости от строгости укладки некоторые компании, специализирующиеся на переводе под дублирование, выделяют дополнительные подвиды такого перевода и его локализации. Например, компания «Кириллица» предлагает три вида локализации медиа с применением тактики артикуляционно-кинесической синхронизации [Кириллица 2026]:

– дубляж (кинотеатральный дубляж) – перевод под озвучивание, отличающийся точной артикуляционной укладкой текста, воспроизведением эмоциональных реакций актеров и фоновой речи, звучащей в кадре;

– редаб – перевод под озвучивание, позволяющий получить результат, приближенный к полноценному дубляжу, но с меньшими временными и финансовыми затратами. Редаб отличается меньшей точностью артикуляционной укладки и подходит для локализации мультипликационных аудиовизуальных произведений и рисованных видеоигр в рамках КСАВП-1 и КСАВП-7;

– рекаст – перевод под озвучивание, представляющий собой переходный вид между закадровым переводом и дубляжом. Основное требование к рекасту – изохрония: длина реплик в переводе соответствует длине реплик в оригинале, а при озвучивании фразы укладываются таким образом, чтобы начало и конец фразы в переводе соответствовали началу и концу фразы в оригинале. В отдельных случаях, когда актер в кадре активно артикулирует тот или иной звук, допускается точечная артикуляционная синхронизация.

Специфика применения тактики артикуляционно-кинесической синхронизации также зависит от типа кинематографического плана – относительного масштаба изображения в кинокадре. Традиционно выделяются следующие планы:

– дальний план, когда в кадре показан человек во весь рост и окружающая его среда, причем основной акцент делается именно на окружающей среде;

– общий план, когда в кадре показан человек по весь рост;

– средний план – человек показан в кадре до колен;

– первый план – человек показан в кадре по пояс;

– крупный план – в кадре показана голова человека;

– деталь – фокус создается на небольшом предмете или детали лица человека [Кино: Энциклопедический словарь 1987: 324].

По наблюдениям переводоведов, занимающихся изучением дублирования в разных языковых парах, рассматриваемая в данном разделе тактика реализуется в случае использования первого плана, крупного плана и плана деталь, когда в кадре показаны губы актера [Chaume 2004 (b): 38]. Необходимо добавить, что принципиально важным является положение человека в кадре. Например, если при условии крупного или первого плана актер или актриса развернуты спиной к камере, то необходимости в применении тактики артикуляционно-кинесической синхронизации не возникает.

Рассмотрим переводческие операции, которые применяются для реализации тактики артикуляционно-кинесической синхронизации в КСАВП-1. В качестве иллюстративного материала будут использованы примеры из американского художественного фильма «Железный человек – 2» (Iron Man – 2) [Favreau 2010] и дублированного перевода на русский язык, выполненного студией «Пифагор». Выбор данного фильма обусловлен высоким качеством русского дублированного текста, которое состоит в точной артикуляционной укладке текста перевода. В центре сюжета

фильма – Тони Старк, гениальный изобретатель, миллионер и плейбой, который создал костюм Железного человека, но отказывается передать его правительству США в качестве оружия. Его антагонист – русский физик Иван Ванко – создает собственное оружие и хочет отмстить Старку за смерть отца.

Оптимальной переводческой операцией, позволяющей сохранить артикуляционную синхронность динамических визем оригинала и фонетической формы реплики в тексте на ПЯ, представляется сохранение синтаксической структуры оригинала в том случае, когда в реплике на ПЯ употребляются лексические единицы, полностью совпадающие по фонетической организации с единицами на ПЯ: интернационализмы, онимы, заимствования и т. п. Рассмотрим пример: Правительство США вызывает главного героя фильма «Железный человек – 2» Тони Старка на сенатские слушания комиссии по оружию, глава которой пытается заставить Старка раскрыть секрет костюма Железного человека, обосновывая это тем, что Железный человек – оружие. Старк отвечает отказом, так как Железный человек – это высокотехнологичный протез, неотделимый от него самого. В ответ на это сенатор приглашает к диалогу эксперта в данной области Джастина Хаммера. Подобный поворот событий не удовлетворяет Тони Старка, так как он не доверяет Хаммеру и требует присутствия настоящего эксперта. На это Хаммер отвечает: *«Absolutely. I am no expert. I defer to you, Anthony». – «Абсолютно так. Я не эксперт. Я ведь не ты, Энтони».* После чего добавляет, что настоящим экспертом по оружию был отец Старка. Персонажи показаны в кадре первым планом, более того, произнося местоимение *you,* Хаммер делает на нем акцент и одновременно указывает рукой в сторону Старка. Зрителю видна как работа артикуляционного аппарата героя, так и кинесический знак. В переводе сохранена структура высказывания, а интернационализмы *absolutely, expert* и имя собственное *Anthony* переданы с использованием прямого перевода, хотя в первом случае

допустима вариативность при выборе инварианта перевода («*естественно*», «*конечно*» и т. п.).

Тем не менее, сохранение синтаксической структуры оригинала не препятствует изменению текста оригинала на уровне семантики, что выражается в применении переводческих операций, заключающихся в смысловом развитии отдельных компонентов реплики. В рассматриваемом примере фраза с глаголом *to defer*, которая в данном контексте могла быть переведена как *«я считаюсь с твоим мнением»* или *«поступлю по твоему совету»*, переведена как *«я ведь не ты»* и совпадает по количеству смыков с репликой в оригинале, создавая эффект изохронии. Также местоимение *«ты»* в переводе совпадает с кинесическим знаком указывания рукой в сторону Старка, что усиливает эффект синхронизации.

Однако в рамках реализации тактики артикуляционно-кинесической синхронизации переводчик может внести существенные изменения в реплику на ПЯ для сохранения эффекта укладки в губы персонажа, применяя переводческую операцию лексико-семантической замены в результате смыслового развития реплики на ИЯ. Рассмотрим пример: Тони Старк находится в своем доме, приходя в чувство после бурной вечеринки, когда к нему приходит Ник Фьюри, директор разведывательного агентства «Щ.И.Т». Фьюри недоволен, что Старк выходит из-под контроля и ведет разгульный образ жизни. Он рассказывает историю отца Старка, который был блестящим изобретателем и создателем технологии, благодаря которой был разработан костюм Железного человека. Фьюри укоряет Старка, что тот не уважает наследие собственного отца, который верил, что Тони достойно продолжит его исследования. Фьюри произносит следующую реплику: *«He said that you were the only person with the means and knowledge to finish what he started… Are you that guy?»*. – *«Он говорил, что только у тебя хватит средств и знаний завершить то, что он начал… Он ошибался?»*. Важно отметить, что персонаж показан на экране крупным планом и начинает произносить реплику в профиль, поворачиваясь лицом к камере на слове *knowledge*, ярко

артикулируя ударный гласный среднего ряда [ɑ]. В русском языке использован прямой перевод лексемы *knowledge – «знания»,* так как фонетическая форма данного слова полностью совпадает с указанной виземой. Однако далее переводчик вносит существенные изменения в реплику и вопрос *«Are you that guy?»* (прямой перевод: «*Ты этот парень?*») переведен как *«Он ошибался?».* В данном случае прямой перевод не соответствует узусу русского языка и не передает напряженности момента, который подчеркивается серьезным выражением лиц героев и языком тела актера, играющего Фьюри: произнося фразу *«Are you that guy?»* актер делает вид, что спокойно продолжает разговор, но после этой фразы резко поворачивается на камеру, наклоняется вперед, и зритель понимает, что он обращается непосредственно к Старку, подчеркивая важность произнесенной фразы. По смыкам фразы *«Are you that guy?»* и *«Он ошибался?»* практически соответствуют друг другу, ударный дифтонг [aɪ] в слове *guy* совпадает с ударным гласным [а] в слове *«ошибался»*, а сама фраза звучит как упрек и полностью встраивается в контекст сцены.

Важно отметить, что в отдельных случаях примат видеоряда заставляет вносить коррективы в тактику артикуляционно-кинесической синхронизации и жертвовать правилом точной укладки для сохранения полимодального единства сцены в оригинале и переводе. Рассмотрим пример: Тони Старк приезжает в «Старк Индастрис», чтобы извиниться за свое поведение перед управляющей компании Пеппер Поттс, с которой его связывают романтические отношения. В качестве жеста примирения он приносит ящичек с клубникой, что окончательно выводит Пеппер из себя, ведь это единственная вещь на свете, на которую у нее аллергия. Она со злостью в голосе спрашивает: *«Did you bring me strawberries? Did you know that there's only one thing on Earth that I'm allergic to?». – «Ты принес мне клубнику? Ты в курсе, что это единственное на свете, на что у меня аллергия?».* Визема *strawberries* не полностью совпадает с фонетической формой слова *«клубнику»,* так как ударение в нем падает не на первый слог, как в

strawberries, а на второй – на гласный переднего ряда, верхнего подъема [и], что свидетельствует о неточной артикуляционной синхронизации. С другой стороны, в кадре четко видно, что Старк принес именно клубнику – на столе перед героями, которые показаны первым планом, стоит белый картонный ящичек, в котором лежат красные ягоды, а на боковых поверхностях ящичка нарисованы именно ягоды клубники. В данном случае общий диегезис сцены вынуждает переводчика поступиться правилами точной артикуляционной синхронизации, но при просмотре соответствующего фрагмента данный факт не бросается в глаза за счет синхронизации текста визуального невербального и аудиального вербального модусов.

Также непосредственно в процессе озвучивания перевода под дублирование диалоговый лист, подготовленный переводчиком, претерпевает изменения, и тактика артикуляционно-кинесической синхронизации реализуется посредством переводческих операций добавления и опущения информации. А. Матамала, анализируя дублированный перевод англоязычных фильмов, выполненный на испанском и каталанском языках, обращает внимание, что дублированные версии фильмов, вышедшие в прокат или в телевизионный эфир, отличаются от диалоговых листов, составленных переводчиками, наличием добавлений или опущений в синхронизированных репликах персонажей, выражающихся использованием полных или сокращенных грамматических форм, повторами или опущениями отдельных слов, повторами или опущениями средств создания образности и т. п. [Matamala 2010: 108]. Подобного рода переводческие операции применены и в рассматриваемом материале. Например, в реплике *«Jarvis, break in. I need to own him». – «Джарвис, мне нужен контроль над ним»* опущен фразовый глагол *break in*, так как в ином случае фраза на русском языке не будет совпадать по количеству смыков и принцип изохронии будет нарушен. При этом у реципиента фильма на ПЯ отсутствует необходимость в каких-либо дополнениях и разъяснениях, так как из сюжета сцены совершенно ясно, что Тони Старку необходим контроль

над костюмом боевого реагирования на переменные угрозы, в который облачен полковник Джеймс Роуз, так как полковник утратил контроль над управлением костюмом, а единственный способ предотвратить кровопролитие и смерть Старка – взломать систему управления данным костюмом. Примером использования добавления может стать реплика *«Lesson one: Never take your eye off...». – «Урок первый. Не спускай глаз со своего...».* В данном случае в целях сохранения эффекта изохронии в реплику добавлено местоимение *«своего»*, что позволяет точнее уложить реплику в артикуляцию персонажа. Добавление оправдано и с точки зрения визуального контекста, так как в этот момент Тони Старк отвлекается в процессе тренировки по боксу, и его спарринг-партнер произносит данную реплику, имея в виду «не спускай глаз со своего соперника», но Старк не дает ему закончить фразу, нанеся ему удар ногой в живот. Сложно сказать, на каком этапе данные изменения были внесены в диалоговый лист: на этапе перевода, когда переводчик применяет рассматриваемую тактику с целью уложить реплику в губы, или на этапе озвучивания, когда актер понимает, что ему не хватает текста, чтобы сохранить артикуляционную синхронизацию, либо текст перевода избыточен и не укладывается в реплику на ИЯ. В любом случае переводческая операция добавления или опущения представляет собой действенный путь реализации тактики артикуляционно-кинесической синхронизации при учете сохранения связи реплики с общим контекстом сцены.

Тактика артикуляционно-кинесической синхронизации может применяться и в более глобальных масштабах с целью доместикации диалогов, разыгрываемых на экране, исходя из соображений различий лингвокультур зрительских аудиторий либо из соображений цензуры. В результате в процессе просмотра дублированного аудиовизуального произведения зритель не осознает, что текст, звучащий с экрана и уложенный с учетом требований кинесической, артикуляционной синхронизации и изохронии, принципиально отличается от текста, звучащего в данной сцене

на ИЯ. Примером такой доместикации является сцена прощания главных героев американской комедии «В джазе только девушки» (Some Like It Hot) [Wilder 1959] Джо и Душечки, дублированный перевод которой был создан на Киностудии им. М. Горького. Музыкант Джо, вместе со своим другом Джерри скрывающийся от мафии в женском джазовом оркестре, влюбляется в солистку оркестра Душечку и, представляясь миллионером, приглашает ее провести вечер на якобы собственной яхте. В какой-то момент после страстного поцелуя Джо спрашивает Душечку, где она так хорошо научилась целоваться. На это Душечка отвечает, что раньше она продавала поцелуи за помощь «Молочному фонду» – благотворительной организации, которая действовала в Нью-Йорке в 1950-е годы и собирала деньги на покупку молока для детей из голодающих семей. Услышав это, Джо обещает заплатить «Молочному фонду» за каждый поцелуй Душечки. Данная сцена в связи с требованиями цензуры была вырезана из советской дублированной версии фильма. Однако в следующей сцене, которая осталась и в дублированном варианте, герои прощаются на ступенях отеля и между ними происходит следующий диалог:

Joe: *How much do I owe the Milk Fund so far? (Джо: И сколько я сейчас должен «Молочному фонду»?).*

Sugar Cane: *850 thousand dollars. (Душечка: 850 тысяч долларов).*

Joe: *Let's make it an even million. (Kisses Sugar Cane). (Джо: Пусть для ровного счета будет миллион) (Целует Душечку).*

В дублированной версии фильма диалог героев звучит следующим образом:

Джо: *Для меня ночь пролетела незаметно.*

Душечка: *И для меня тоже, дорогой.*

Джо: *Я по-настоящему счастлив. (Целует Душечку).*

С точки зрения артикуляционно-кинесической синхронизации перевод выполнен с четким соблюдением изохронии: совпадает огубленный дифтонг [ou] в слове *owe* и огубленный гласный [о] в слове *«ночь»*, огубленный

ударный гласный [о] в словах *dollars* и *«дорогой»,* гласный переднего ряда [и] в словах *million* и *«счастлив»* и т. д. Кинесические знаки, которые нам посылают влюбленные герои, также полностью совпадают с текстом их реплик. Однако русский перевод полностью доместицирован, опущены реалии *Milk fund* и *dollars,* не упоминается продажа поцелуев за деньги, которая считалась неприемлемой для советского зрителя. Таким образом, даже при условии внесения существенных изменений в вербальный контекст сцены переводчикам удалось сохранить ее коммуникативный посыл.

Некоторые исследователи АВП под дублирование обеспокоены тем, что применение тактики артикуляционно-кинесической синхронизации может привести к появлению особой разновидности языка – «дабиз» (от англ. dubbese), на котором говорят герои дублированных аудиовизуальных произведений и к которому обращаются аудиовизуальные переводчики в процессе перевода и адаптации фильма или любой художественной или документальной аудиовизуальной программы [Antonioni 2008: 136]. С одной стороны, возникновение дабиз вызвано традициями дублирования в отдельно взятой стране, когда в процессе применения тактики артикуляционно-кинесической синхронизации переводчики используют одни и те же решения в случае перевода под дублирование таких широко распространенных выражений, как пресловутое *«Are all right?» – «Ты в порядке?»* вне зависимости от контекста. С другой стороны, появлению дабиз способствует специфика природы языка аудиовизуальных медиа в оригинальных произведениях, который сам по себе звучит нарочито искусственно [Chaume 2020: 116]. Тем не менее исследования подтверждают, что «зрители принимают и воспринимают дабиз как естественно звучащий язык, в особенности в тех случаях, когда они привыкли к дублированным версиям аудиовизуальных произведений» [Miggiani 2019: 35]. В качестве решения проблемы дабиз и в целях сохранения стилистических характеристик спонтанной устной речи можно предложить использование тактики создания эффекта псевдоустности, которая будет рассмотрена ниже.

Необходимо отметить, что тактика артикуляционно-кинесической синхронизации хоть и приводит иногда к появлению существенных отклонений от смысловой, структурной и формальной организации текста оригинального аудиовизуального произведения, но позволяет создать эффект погружения реципиента в соответствующую КСАВП и является эффективным способом реализации стратегии коммуникативно-равноценного перевода.

4.3.1.4. Тактика создания псевдоустности

Одним из ключевых понятий, определяющих специфику дискурса аудиовизуальных произведений, является псевдоустность (от англ. prefabricated orality или pseudo-orality). Данный термин используется для номинации особой разновидности устной речи, которая звучит в фильмах, сериалах и других аудиовизуальных произведениях: на первый взгляд спонтанной и естественной, как живая разговорная речь, но на самом деле тщательно спланированной, написанной в сценарии и предназначенной для исполнения актерами, то есть «написанной, чтобы быть произнесенной таким образом, словно она не была написана» [Gregory, Carroll 1978: 42]. В результате в сценарии аудиовизуального произведения зачастую функционирует письменная речь, которая маскируется под устную и используется для озвучивания фильма. Такие диалоги имеют комплексный характер и включают лингвистические маркеры как устной, так и письменной речи, поэтому одной из задач переводчика аудиовизуальных произведений становится соблюдение баланса между устной и письменной речью и создание перевода, который будет звучать естественно на ПЯ. Кроме того, еще большей проблемой может стать создание и перевод субтитров, так как в этом случае на этапе перевода происходит обратная трансформация устной речи в письменную.

С одной стороны, сценаристы оперируют большим количеством разнообразных языковых средств на фонетическом, морфологическом, синтаксическом и лексическом уровнях языка, которые позволяют создать

текст диалогов, максимально приближенный к устной речи и способный убедить реципиентов в том, что это спонтанная устная речь, а не заранее спланированная письменная речь. С другой стороны, Р. Баньос-Пиньеро и Ф. Чауме выделяют ряд факторов, которые ограничивают творческие и импровизационные возможности авторов диалогов и актеров озвучивания: ограничения, накладываемые соответствующими аудиовизуальным медиа, жанровая специфика аудиовизуальных произведений, конвенциональные нормы и разговорные формулы, сформировавшиеся со времен изобретения кинематографа и телевидения [Baños-Piñero, Chaume 2009]. К подобного рода факторам относится, например, особый язык дублирования – дабиз, о котором шла речь в разделе 4.3.1.3.

Несмотря на то, что дабиз и другие формы аудиовизуального псевдоустного языка традиционно употребляются в научной литературе в сопровождении эпитетов с негативной коннотацией: поддельный, искусственный, антиреалистичный, стереотипный и т. п., обычные зрители, особенно молодежь, довольно снисходительно относятся к лингвистическим особенностям псевдоустного языка, включающим, в том числе, типичные для кино кальки, которые не употребляются в обычной устной речи, но естественны в случае дублирования [Pavesi 2018: 104–105]. Р. Антонини и Д. Кьяро называют данный эффект «синдромом лингвистической биполярности» [Antonini, Chiaro 2009: 111–112]: с одной стороны, зрители прекрасно осознают, что псевдоустная речь, которую они слышат с экрана, не соответствует тому, как люди в действительности говорят на родном языке. С другой стороны, они спокойно реагируют на псевдоустную речь и считают ее естественной, пока она звучит с экрана. Тем не менее, неестественность диалогов в переведенном аудиовизуальном произведении не является обязательным элементом зрительского опыта, она, скорее, может обеднять этот опыт [Romero-Fresco 2009: 69], поэтому в переводе необходимо придавать такой речи максимальную естественность и создавать

эффект псевдоустности в положительном смысле этого слова: создавать ощущение устной речи, несмотря на выполнение АВП в письменной форме.

Таким образом, тактика создания псевдоустности заключается в имитации спонтанной устной речи при помощи языковых средств ПЯ с учетом всех параметров КСАВП. Переводчик становится соавтором сценария аудиовизуального произведения, и его задача – перенести реплики персонажей на экран таким образом, чтобы они звучали естественно на языке перевода, идентифицировались зрителями как устная разговорная речь и были понятны ЦА [Baños-Piñero, Chaume 2009]. Несмотря на то, что кальки, которые в обычной жизни звучали бы странно («*я в шоке*», «*это было эпично*» и т. п.), в контексте КСАВП воспринимаются как конвенции формата, неформальность и естественность устной речи, которая звучит с экрана, являются важными факторами комфортного потребления аудиовизуального произведения.

Тактика создания псевдоустности может использоваться в условиях всех КСАВП, которые включают элементы устной речи. В КСАВП-1, КСАВП-6 и КСАВП-7 все диалоги могут представлять искусственно сконструированную устную речь, в процессе перевода которой необходимо сохранить ее свойство псевдоустности. В этом отношении переводческие операции передачи псевдоустной речи в аудиовизуальном переводе могут совпадать с переводческими решениями, применяемыми при переводе диалогов в литературных художественных произведениях. В остальных КСАВП могут функционировать отдельные включения реальной спонтанной устной речи: неподготовленные интервью в информационно-аналитических и документальных программах, включения спонтанной устной речи в обучающих программах, импровизационные блоки в рекреационных аудиовизуальных произведениях. В КСАВП-8 спонтанная устная речь в принципе является конституирующим элементом формата пользовательских видео, и формализация этой речи в переводе превратит пользовательский контент в какой-то иной формат аудиовизуальных произведений.

Рассуждая о приемах создания псевдоустной речи в ИЯ и ПЯ, Р. Баньос выделяет маркеры спонтанной устной разговорной речи, функционирующие на четырех языковых уровнях: фонетико-просодическом, морфологическом, синтаксическом и лексико-семантическом [Baños 2014: 413–414]. Наиболее продуктивным уровнем стал, ожидаемо, лексико-семантический, на котором псевдоустность создается посредством стилистически окрашенных слов, уменьшительно-ласкательных суффиксов, усечений, префиксов, идиом, разговорных формул, варваризмов, обсценной лексики и т. п. Менее продуктивным стал синтаксический уровень, выраженный паузациями, хезитациями, инверсией и т. д. Намного менее продуктивными оказались фонетико-просодический и морфологический уровни. Ниже рассмотрим переводческие операции, применяемые при реализации тактики создания псевдоустности в рамках трех КСАВП: КСАВП-1, где аудиовизуальное произведение локализовано под дублирование, КСАВП-6, в которой локализация произведена под закадровое озвучивание, и КСАВП-2 с локализацией в форме субтитров.

В качестве материала для анализа КСАВП-1 выступает американский комедийный фильм «Мальчишник в Вегасе» (The Hangover) [Phillips 2009] в официальном дублированном переводе, выполненном компанией «Мосфильм-Мастер». Фильм рассказывает о приключениях четырех друзей, которые отправляются на мальчишник в Лас-Вегас. Выбор данного фильма обусловлен его жанрово-стилистической спецификой – это комедия 18+, включающая большое количество диалогов, в которых употребляется разговорная речь, сленгизмы, обсценная лексика и т. п., то есть псевдоустность создается в основном посредством использования лексико-семантических языковых средств. Анализ перевода данного фильма на русский язык показывает, что при применении тактики создания псевдоустности при дублировании происходит нейтрализация стилистически окрашенной разговорной речи, эвфемизация бранных слов, что влияет и на формируемый в переводе образ персонажей, и на специфику создания

комического эффекта. Так как фильм переведен под «полный дубляж», применение тактики артикуляционно-кинесической синхронизации является обязательным условием локализации данного аудиовизуального произведения и также влияет на выбор переводческого решения при создании эффекта псевдоустности. Учитывая довольно высокий рейтинг фильма на сайте «Кинопоиск» – 7,9, можно сказать, что в целом фильм в переводе под дублирование был положительно воспринят российским зрителем.

Учитывая, что при АВП в рамках КСАВП-1 применяется стратегия коммуникативно-равноценного перевода, так как цель коммуникации и жанр аудиовизуального произведения не претерпевают изменений, разговорная речь в переводе передается в основном при помощи тех же языковых средств, что и в оригинале, но с изменением регистра, что свойственно традициям российского дублирования. Таким образом, при передаче сленговых или обсценных выражений применяется переводческая операция эвфемизации, призванная сгладить экспрессивность речи персонажей и стилистически ее нейтрализовать. Например, в сцене в самом начале фильма, когда Трейси, невеста главного героя Дага, звонит его другу Филу, так как ее жених опаздывает на собственную свадьбу, между ними происходит следующий диалог (сокращения (з/к) и (в/к) показывает, находится ли герой за кадром или в кадре):

Tracy: *Phil! Where the hell are you guys?* (з/к) *I'm freaking out!*

Phil: *Yeah, listen…aaa… we f*cked up.*

Tracy: (з/к) *What are you saying, Phil?* (в/к) *We're getting married in five hours!*

Phil: *Yeah, that's not gonna happen.*

Персонажи испытывают серьезное напряжение, так как Трейси волнуется о судьбе своего жениха, а Фил с друзьями после бурного мальчишника не могут вспомнить, что с ними произошло ночью. Особенности спонтанной устной коммуникации сымитированы в тексте

оригинала посредством применения паузаций и хезитаций (*Listen… aaa…*), повторов дискурсивных слов *Yeah* в начале реплик Фила, использования слов сниженного регистра и обсценной лексики: *Where the hell, freaking out, we f*cked up,* сокращенных и эллиптических форм: *not gonna happen*. В дополнение к диалогу в кадре герои показаны крупным планом, видна их мимика (встревоженное лицо Трейси и озадаченное лицо Фила), реплики имеют определенный интонационный рисунок, обозначенный на письме знаками препинания, а актеры сопровождают обмен репликами соответствующими жестами: Фил не смотрит в камеру, запрокидывает голову, когда ему нечего сказать Трейси и т. п. В русском дублированном переводе в данной сцене звучит следующий диалог:

Трейси: *Фил! Куда вы все пропали?* (з/к) *Я с ума схожу.*

Фил: *Короче… э… мы в дерьме.*

Трейси: (в/к) *Фил, у нас свадьба через пять часов!*

Фил: *Да, это навряд ли.*

При сохранении при дублировании интонационного рисунка реплик, паузаций и хезитаций лексическое наполнение диалогов существенно эвфемизируется, а разговорный регистр в отдельных случаях заменяется нормативной речью. Из речи Трейси выпадает бранное *hell* и разговорное *guys*, вместо которых производится фонетическая синхронизация гласных [е] в словах *hell* и *«все»* и краткого [а] в словах *guys* и *«пропали»*. Из реплики Фила исчезает обсценное *f*cked* и заменяется менее сниженным бранным словом *«дерьмо»*, причем сохраняется изохрония: в исходной реплике *we f*cked up* и в переводе *«мы в дерьме»* три смыка, которые хорошо видны в кадре.

Довольно часто в английских диалогах эффект псевдоустности достигается посредством использования дискурсивных слов-связок *okay, man, so, right* и т. п. Такие слова относятся к дискурсивным маркерам разговорной речи – словам и фразам, которые не несут основного лексического значения, не имеют денотатов, но выступают в качестве

связующих единиц как отдельного высказывания, так и целого дискурса [Путина 2021: 51]. В русском дублированном переводе такие дискурсивные слова, как правило, опускаются, и речь персонажей становится нормативной и чистой. Рассмотрим пример. Друзья просыпаются утром после мальчишника в разгромленном номере отеля, где в ванной комнате сидит тигр, в шкафу – неизвестный младенец, Даг исчез, а Стью обнаруживает, что у него выбит передний зуб. Причем никто не помнит, что произошло минувшей ночью. Между Стью и Филом происходит следующий диалог:

Phil: *Stu, you gotta calm down, man. You are freaking me out and I have a massive headache, ok?* (з/к) *Let's just calm down.*

Stu: *How am I supposed to calm down? Look around, you!*

Дискурсивные слова *man*, *ok* и местоимение *you* в контексте диалога не обладают выраженным лексическим значением, а используются для того, чтобы подчеркнуть эмоциональное состояние героев. В русском дублированном переводе такие слова либо опускаются вовсе, либо используются как опора для достижения артикуляционной синхронизации реплик:

Фил: *Слушай, не выводи меня из себя. Голова и без того трещит.* (з/к) *Давай успокоимся.*

Стью: *Как тут успокоиться? Посмотри вокруг!*

Дискурсивые слова в русском дублированном переводе опущены, а гласная [æ] в слове *man* использована как опора для артикуляционной синхронизации ударного [á] в слове «*себя»*. Ощущение разговорной речи создается посредством использования слов и выражений разговорного регистра (обращение *«слушай»*, образное выражение *«голова трещит»*), но общее ощущение спонтанности речи снижается по сравнению с диалогами на языке оригинала.

В отдельных случаях применение тактики создания псевдоустности в дублированном переводе приводит к искажению речевых характеристик персонажей. Рассмотрим пример: Стью собирается на мальчишник и

объясняется со своей супругой Мелиссой, с которой у него сложные отношения. Мелисса доминирует в их паре и даже иногда бьет супруга. Герои показаны крупным планом и между ними происходит следующий диалог:

Stu: *It's not gonna be like that, sweetie. Besides you know how I feel about that sort of thing.*

Melissa: *I know, I know… It's just boys and their bachelor parties, it's gross.*

Stu: *You are right. It's gross.*

Melissa: *Not to mention it's totally pathetic. Those places are filthy. And the worst part is, that little girl grinding and dry humping that f*cking stage up there… that's somebody's daughter up there.*

В своей речи Мелисса допускает использование сниженной лексики – *gross*, грубые метафоры с сексуальным подтекстом – *grinding, dry humping*, обсценную лексику – *f*cking stage*. На контрасте с морализаторским окончанием реплики – *that's somebody's daughter up there* использование бранных слов создает комический эффект, и персонаж Мелиссы предстает как типичная стервозная жена мужа-подкаблучника, которая пытается представить себя женщиной, исполненной праведности и морали. Данное ощущение подчеркивается брезгливым выражением лица Мелиссы и попытками Стью предугадать ее слова – фразу *that's somebody's daughter up there* он произносит синхронно с супругой. В русском дублированном переводе диалог звучит следующим образом:

Стью: *Ничего не будет. Ведь ты хорошо знаешь, что я думаю про всё это.*

Мелисса: *Знаю, знаю… Но эти мужики и их междусобойчики омерзительны.*

Стью: *Ты права. Они – жуткая мерзость.*

Мелисса: *Нет ничего отвратительнее. В клубах грязь и порок. А хуже всего, что та девушка, которая на сцене извивается перед похотливыми козлами, это чья-нибудь дочь-малолетка.*

В русском дублированном переводе речь Мелиссы эвфемизирована: в ней отсутствует обсценная лексика и неприличные метафоры, – псевдоустность создается посредством использования просторечных и разговорных слов *«мужики»*, *«похотливые козлы»*, *«малолетка»*. Также тактика создания псевдоустности сочетается с тактикой артикуляционно-кинесической синхронизации: ударный гласный [е] в слове *pathetic* в оригинале артикуляционно синхронизирован с ударным гласным [и] в слове *«отвратительнее»*, синхронизирован губно-губной согласный [р] в слове *up* с губно-губным [м] в слове *«козлами»*, оставшаяся часть реплики синхронизирована по принципам изохронии. Тактика создания псевдоустности позволила сохранить ощущение экспрессивной спонтанной устной речи, но в результате произошло смещение смысловых акцентов за счет смыслового развития всей реплики: из моралистки Мелисса превратилась в мужененавистницу, впрочем это не противоречит общему контексту аудиовизуального произведения.

Переводческие операции, применяемые в целях реализации тактики создания псевдоустности в КСАВП-1, совпадают с такими операциями в случае КСАВП-6, в которой АВП подвергаются аудиовизуальные произведения, созданные с опорой на разговорный жанр. Для рассмотрения переводческих операций, применяемых при реализации тактики создания псевдоустности в данной КСАВП, приведем пример реалити-шоу «Гламур-Мамочки» (Yummy Mummies) [Dutton 2017], включающего заранее сконструированную спонтанную устную речь и локализованного на русский язык посредством закадрового озвучивания специалистами компании RuFilms.

Так же как и в рассмотренном примере фильма «Мальчишник в Вегасе», в реалити-шоу «Гламур-Мамочки» псевдоустная речь

конструируется в основном за счет лексико-семантических языковых средств. В центре внимания данного аудиовизуального произведения – четыре гламурных дамы, которых объединяет одно: все они в скором времени станут мамами. Героини реалити-шоу и их родные подбирают брендовые наряды для себя и будущих малышей, устраивают пышные вечеринки по случаю будущих дней рождения детей, получают очень дорогие подарки от мужей и тратят баснословные деньги на организацию родов. Специфика героинь и их окружения накладывает отпечаток на их речь, которая частично сконструирована и срежиссирована заранее. В основном в диалогах героини используют дискурсивные слова, сленговые выражения и диминутивные суффиксы. На фонетико-просодическом уровне специфика персонажей выражается в высокой скорости речи, гиперболизированных реакциях на происходящее и характерном для таких персонажей растягивании гласных звуков. Для отечественного зрителя это создает атмосферу гротеска и иронии, так как подобные образы гламурных женщин в нашей культуре сильно стереотипизированы, поэтому переводчику необходимо сконструировать псевдоустную речь персонажей таким образом, чтобы попасть в эти стереотипы. Так как реалити-шоу локализовано под закадровое озвучивание, с технической точки зрения переводчики ограничены исключительно требованием изохронии. Выше уже шла речь о том, что применение тактики создания псевдоустности должно учитывать те конвенции локализации устной речи, которые закрепились в соответствующей культуре. В русском переводе под озвучивание рекомендуется создавать красивый и легкочитаемый текст, выбрасывать «словесный шлак», решительно уходить от кальки [Мешковой, Кириллица 2009–2014]. В соответствии с этим требованием, как и в примере КСАВП-1, типичные для англоязычной устной речи дискурсивные слова опускаются и компенсируются другими языковыми средствами создания псевдоустности. Например, в сцене, когда одна из героинь фантазирует о будущем своей дочери, она произносит реплику: *«I am definitely a glamour queen and wanting*

a little glamour princess». – «Я королева гламура и хочу себе маленькую гламурную принцессу». Дискурсивное слово *definitely* опускается, но частично компенсируется стилистически окрашенным *«гламур»*. Аналогичная переводческая операция использована в реплике, которую героиня реалити-шоу произносит в тот момент, когда собирает сумку в роддом: *«I'm just… I'm actually going to prepare the baby's bag ready for the hospital». – «Да я готовлю вещи для ребёнка, чтобы взять с собой в роддом».* Выше уже было отмечено, что специфика речи персонажей – ее высокий темп, поэтому для того, чтобы реплику на ИЯ можно было синхронизировать с репликой на ПЯ, дискурсивные слова *just* и *actually* опущены, а псевдоустность частично компенсирована частицей *«да»* и инверсированным порядком слов.

Так как цель КСАВП-6 – развлечь реципиента и отвлечь от повседневных забот, применение тактики создания псевдоустности обусловливает бóльшую свободу в выборе речевого регистра. В отдельных случаях для создания речевой характеристики персонажей реалити-шоу и воспроизведения комического эффекта переводчики импровизируют и снижают речевой регистр реплик персонажей, даже если в оригинале они звучат нейтрально: *«My Burberry baby shower is going to be the biggest in Adelaide! The biggest Burberry baby shower you've ever seen». – «Я подумала… Мой предрожденчик в стиле "Бёрберри" порвёт всю Аделаиду! Самый большой предрожденчик в стиле "Бёрберри" в городе»*. В русском языке нет однозначного соответствия нейтральному английскому словосочетанию *baby shower,* которое обозначает вечеринку, организуемую за 3–4 недели до рождения ребенка, куда принято приносить подарки будущему ребенку. К сожалению, использование переводческой операции экспликации не позволит соблюсти требование изохронии. В результате переводчик прикладывает творческое усилие и создает окказионализм *«предрожденчик»*, усиленный глаголом *«порвет»*, что прекрасно вписывается в специфику речи персонажа, создает ощущение псевдоустности и комический эффект.

Аналогичный эффект оказывает использование диминутивов в репликах: *«Got some lots and lots of nice prezzies for you Maria». – «Накупила тебе кучу подарочков»; «Ooh. I like these little Versaces». – «О, мне нравятся эти штаники от "Версаче"».*

Как уже упоминалось, отдельного внимания при использовании тактики создания псевдоустности заслуживают переводческие операции, связанные с передачей сленгизмов, междометий и стилистически окрашенной лексики как маркеров разговорного стиля. В таком случае переводчик должен учитывать ЦА конкретной КСАВП и подбирать соответствия в языке перевода, которые органично впишутся не только в контекст аудиовизуального произведения, но и будут на слуху у зрительской аудитории. По сюжету реалити-шоу беременные гламурные мамочки приезжают к Марии, одной из героинь, на автомобиле и эмоционально реагируют на ее припаркованный автомобиль – дорогой «Порше» с именными номерными знаками: *«Hooley dooley. Oh no way. Check out the numberplate». – «Ни фига себе! Вы только посмотрите! Порше с персональными номерами»*. Сленговое выражение *Hooley doole* не только выражает крайнюю степень удивления, но и является маркером национальной принадлежности героинь – они австралийки. В русском языке национальная специфика уходит на второй план, а в переводе употребляется выражение *«Ни фига себе»*, которое привычно для русскоязычной ЦА. Аналогичная переводческая операция применяется и в следующем примере, когда подруги встречаются с Марией на пороге ее дома: *«Bang. Here she is. That red dress and that Versace necklace – woohoo! Oh, lovely. Lovely to meet you». – «Ба-бах! Вот и она. В красном платье и ожерелье от "Версаче". Кру-у-уто! Приятно… приятно познакомиться».*

Наибольшую свободу в применении тактики создания псевдоустности получают переводчики, работающие в условиях КСАВП-8, подразумевающей неформальный подход к коммуникации с реципиентами и строящейся на сохранении маркеров устной речи в переводе. В качестве

примера рассмотрим пользовательское видео американского интернет-стримера-миллионника (14,6 млн подписчиков) Кая Сената, который очень популярен в мире и является обладателем титула «Стример года» в рамках вручения премии The Streamer Awards в 2023 и 2024 годах. Закадровый перевод стрима выполнен группой блогеров «Хасл от Фифти». Видео представляет собой распаковку товара – робота, которого Кай Сенат купил за 70 тысяч долларов.

Так как переводчики пользовательского контента, как правило, не ограничены какими-либо указаниями заказчика и действуют, исходя из предпочтений своей зрительской аудитории, то наиболее популярной переводческой операцией в рамках создания псевдоустности в КСАВП-8 становится прямой перевод речи с сохранением повторов, разговорной лексики, паузаций и оговорок. Рассмотрим пример: *«Now listen, now listen. I know, I know, I know. I know it finally came. Chat, I ordered this robot long time ago and it never came on time. My, it never came on time, chat». – «Послушайте, послушайте. Я знаю, знаю, знаю. Я знаю, он, наконец, пришел. Чат, я заказал этого робота очень давно, и он так и не приходил мне. Чувак, он не приходил очень долго».* На экране стример затаскивает в комнату большую коробку, затем садится перед экраном компьютера и делится эмоциями со своими друзьями и подписчиками, которые наблюдают за ним в режиме реального времени. Важно отметить, что речь Кая Сената спонтанна и не срежиссирована заранее, о чем свидетельствует сбивчивость речи, частые повторы, паузации, хезитации, а также ситуации подбора слов и наличие в речи просодических экстралингвистических элементов: покашливания, кряхтения и т. п. В переводе просодические элементы опускаются, но речь стримера передается практически без купюр. Более того, в отдельных репликах переводчики сгущают краски и применяют переводческую операцию десфемизации, применяя бранную, грубую и табуированную лексику в тех репликах, где она отсутствует. Рассмотрим пример: *«I am not reading this shit now. I’m not reading no more». – «Да ну на хрен это дерьмо, я*

больше не буду читать. Никакого чтения». Английское бранное *shit* передано прямым соответствием и сопровождается просторечием с наречным словом *«на хрен»,* что усиливает эмоциональность речи в ПЯ и придает переводу большее ощущение устной речи. Подобный прием также использован в следующем примере, в котором используется просторечное *«погодь»* вместо нормативного *hold on*: *«Stop. Hold on. Okay. I think the legs… This is heavy… might be backwards, right?». – «Погодь. Окей. Мне кажется, ноги… какой он тяжелый… наверное, назад должны быть».*

В целом анализ переводческих операций, используемых в рамках применения тактики создания псевдоустности в КСАВП-1 и КСАВП-6 показал, что, несмотря на частичную нейтрализацию речевого регистра, переводчики находят способы конструирования правдоподобной спонтанной устной речи за счет компенсаций и смыслового развития контекста сцены. В КСАВП-8 переводчик обладает большей свободой в выборе вариантов перевода, в связи с чем спонтанная устная речь в оригинале передается в переводе практически без потерь. Бóльшую сложность для переводчика представляет реальная спонтанная устная речь, которую необходимо передать средствами языка перевода. Такая устная речь может появляться, например, в КСАВП-2, когда сюжет документального фильма предусматривает неподготовленные интервью с его героями. В качестве примера рассмотрим перевод фрагмента документального фильма «Свадьба в Малиновке: непридуманные истории» (Wedding in Malinovka: True-Life Stories) [Ананьев 2013], который включает реальную спонтанную устную речь и локализован в формате субтитров. В данном случае переводчик оказывается между двух огней: для обеспечения комфортного потребления субтитрированной версии переводчику, с одной стороны, необходимо применить тактику компрессии информации, а с другой стороны, необходимо применить тактику создания псевдоустности, чтобы речь героя органично вплеталась в иноязычную версию аудиовизуального произведения.

Рассматриваемый документальный фильм посвящен знаменитому советскому фильму «Свадьба в Малиновке» и рассказывает про историю его создания. В том числе в фильм включены воспоминания актеров, сыгравших главных персонажей. Особый интерес представляют интервью Л. Алфимовой, сыгравшей в фильме Софью. Ее речь изобилует просторечиями, дискурсивными словами, паузациями и хезитациями. Более того, героиня нарочито допускает речевые ошибки, так как живет в деревне и демонстрирует съемочной группе свою простоту и деревенский быт: *«Мы щас, мы щас на село еще выедем, вы там снимете немножко. Мы так еще шоб… произведем фужер… на всех. Форер... фурор. Вот тут снимайте, вот моя подружка. Привет».* В данном примере спонтанность устной речи подчеркивается повторами (*«мы щас»)*, редуцированными словами, произнесенными в диалектной манере (*«щас», «шоб»)*, спонтанное либо намеренной искажение речевой нормы (*«фужер» – «форер» – «фурор»)* и т. п. В данном случае устная речь героини является в действительности спонтанной, так как у нее берут интервью в ее родной деревне, она едет за рулем автомобиля и комментирует происходящее. В переводе на английский язык ее речь фиксируется в субтитрах следующим образом: *«We'll go to the center to make / some shots there. To amaze everyone. // Gosh, there's my friend over there».* Из представленного примера видно, что устный характер речи героини в субтитрах практически нейтрализован. Исчезли повторы, диалектизмы, эллиптические и сокращенные конструкции. Устный характер речи компенсирован исключительно экспрессивным *Gosh*, так на экране героиня выглядывает в окно и машет подруге. Аналогичная нормализация спонтанной речи героини также видна из следующего примера, в котором она рассказывает о своей семейной жизни: *«И вдруг тут подвернулся Иван Сергеевич. Такой заботливый, ласковый, любящий. И, кстати, может, вы это вырежете, очень сексуальный мужчина. Он где меня поймает, там и т***нет. Я биточки жарю – он… (смеется)».* В данном примере героиня нарочито использует в своей речи слова с сексуальным подтекстом, чтобы

еще раз подчеркнуть свой статус деревенской жительницы, несмотря на серьезную карьеру в театре и кино. В переводе вновь применяется переводческая операция нейтрализации: *«And here I met Ivan. / He was so kind, so loving. // He was also very sexy, by the way. // We made love everywhere. // Once, I was cooking dinner, and he...».* В данном примере спонтанная устная речь также нейтрализована посредством опущений и генерализаций. Это объясняется тем, что основная функция аудиовизуального текста в КСАВП-2 – донесение информации, что подразумевает отсутствие необходимости применять тактику создания псевдоустности в субтитрах в полной мере, как это осуществлялось в КСАВП-1 и КСАВП-6. Краткий анализ применения тактики создания псевдоустности показывает, что в тех ситуациях, где спонтанная псевдоустная речь является конституирующим элементом аудиовизуального текста, формирующим образы персонажей, присваивающим героям специфические речевые характеристики и создающим ощущение свободной спонтанной беседы, данная тактика применяется посредством переводческих операций эвфемизации, опущения, компенсации и смыслового развития. В КСАВП, в которых основная цель – передача информации, а оказание эмоционально-эстетического воздействия уходит на второй план, тактика создания псевдоустности применяется реже, с использованием вкраплений отдельных слов разговорного регистра.

4.3.1.5. Тактика транскреации

В отрасли LSP (оказания лингвистических услуг от англ. LSP – Language services provision,) в последние 15 лет все чаще говорится о таком виде работ, как транскреация. На сайтах переводческих компаний в разделах, посвященных описанию оказываемых услуг, зачастую проводится четкое разграничение между традиционным переводом, ориентированным на лингвистическую точность и эквивалентность, и транскреацией – креативной практикой, которая предполагает не просто перенос смысла исходного текста при переводе, а полное пересоздание текста на ПЯ с целью достижения максимального прагматического и эмоционального воздействия на целевую

аудиторию. Компании декларируют, что транскреация – это больше, чем перевод, таким образом, создается ощущение, что транскреация обладает определенной добавленной стоимостью по отношению к тому виду услуг, к которому причисляется традиционный перевод. Как отмечает Д. Педерсен, «заказчику предлагается продукт транскреации, который по умолчанию считается более эффективным и обладающим большей ценностью, чем перевод. На основании данного наблюдения можно отметить, что транскреация не то чтобы не имеет отношения к переводу (транскреация ≠ перевод), транскреация считается чем-то большим, чем перевод (транскреация > перевод)» [Pedersen 2014: 62]. В связи с этим, автор задает логичный вопрос: «Если взять добавленную стоимость как определяющую характеристику транскреации …, то что такого может сделать транскреация, чего не может сделать перевод?» [Там же].

Критикуя подход, выделяющий транскреацию в ранг отдельной услуги, отстраивающейся от перевода, другой авторитетный специалист в области перевода Э. Честерман отмечает: «Такой подход представляет “достижение желаемого эффекта убеждения или эмоционального эффекта” как дополнительную услугу, выходящую за рамки собственно перевода и подлежащую отдельной оплате. Однако, как мне представляется, очень немногие ученые в области переводоведения согласятся с тем, что достижение адекватного эффекта лежит за пределами собственно перевода! Случай транскреации, безусловно, говорит о многом в отношении того, как заказчики воспринимают ограниченность понятия “перевод”. Среди прочего, термин “транскреация”, к сожалению, также подразумевает, что обычным переводчикам не требуется быть креативными» [Chesterman 2019: 19]. Похожую точку зрения высказывает В. В. Сдобников, критикуя выделение транскреации в отдельную стратегию перевода: «сторонники транскреационного подхода уделяют основное внимание тем ситуациям, в которых фактор культуры имеет особое значение, однако они забывают, что этот фактор постоянно встроен в структуру деятельности переводчика и

является неотъемлемой частью переводческого процесса. “Что сверх этого, то от лукавого”» [Sdobnikov 2018: 1495].

В данном исследовании не подвергается сомнению тот факт, что творческий эвристический подход – интегральная черта процесса поиска переводческого решения. Творческое усилие пронизывает все стратегии и тактики перевода, что принципиально и отличает человеческий перевод от перевода, выполненного машиной. С одной стороны, творческий подход необходим в тех случаях, когда наблюдаются существенные лингвокультурные различия между реципиентами текста на ИЯ и текста на ПЯ, и переводчик вынужден адаптировать отдельные элементы текста оригинала с учетом специфики принимающей культуры. Данный процесс традиционно носит название прагматическая адаптация и довольно глубоко исследован как в рамках отечественного, так и зарубежного переводоведения. С другой стороны, полимодальная специфика аудиовизуального перевода, особенности требований инициатора перевода и ожиданий реципиента в отдельных КСАВП зачастую вынуждают переводчика намеренно уходить от нейтральных переводческих решений, основанных на категориях эквивалентного, верного перевода, и принимать нетипичные решения, полученные в процессе творческого поиска, который не ограничивается исключительно соображениями культурного переноса. В связи с этим, позволим себе немного порассуждать о самой сути транскреации и возможности применения данного термина в работе, посвященной изучению АВП.

Как показывает изучение работ, фокусирующихся на поиске места транскреации в онтологии теории и практики перевода, исследователи задаются двумя ключевыми вопросами. Вопрос первый – проблема терминологической номинации: стоит ли применять новый термин для описания творческого пути в поиске решения переводческой задачи или воспользоваться привычными номинациями, типа «имитация» [Schleiermacher 1813, цит. по: Schulte, Biguenet 1992], «коммуникативный

перевод» [Newmark 1981], «прагматическая адаптация» [Комиссаров 1990], «доместикация» [Venuti 1995], «закрытый перевод» [House 2018], «локализация» как синоним «транскреации» [Volkova, Mitiagina 2023: 1010] и т. п.? Вопрос второй – если допустить возможность существования такой сущности, как транскреация в качестве специфичной переводческой практики, то какое место в иерархии типов профессионального поведения переводчика она занимает: «услуга» [ISO 17100: 2015], «стратегия» [Kaindl 2024], «услуга и стратегия одновременно» [Carreira 2022], «модальность» [Chaume 2018]? Попытаемся ответить на данные вопросы с точки зрения объекта и методологии данного исследования.

Суть транскреации в ее традиционном философском понимании как пересотворения восходит к Г. В. Лейбницу, который еще в 1676 году предложил применять данный термин для описания метафизических процессов движения: «Я не думаю, что это можно объяснить лучше, чем заявив, что тело E некоторым образом угасает и уничтожается в пункте B, а на самом деле заново создается и воскрешается в пункте D, – действие, которое можно назвать новым, но весьма удачным термином “транскреация”» [Leibniz 1676, цит. по: Levey 2003: 496]. Процессы уничтожения и воскрешения инициируются высшей причиной – Богом, но он не может изменить саму суть уничтожаемой и воскрешаемой субстанции [Там же. С. 497]. Аналогичная идея прослеживается и в понимании транскреации, которое высказывал С. Т. Кольридж в 1839 году в своей рефлексии после прочтения комментариев к Первому посланию Петра: транскреация формы при неизменной сути текста [Katan 2014: 16–17]. В дальнейшем понимание транскреации трансформировалось, сращивалось исключительно с творческим переводом, связанным с культурными различиями аудиторий языка оригинала и перевода, рассматривалось как практика, применимая исключительно в области рекламы и маркетинга, а отдельные переводоведы в принципе предлагают считать транскреацию модным термином-этикеткой, который не может претендовать на статус

отдельной независимой сущности [Martin, Sierra 2024: 70]. Однако сама идея транскреации как сохранения сути при уничтожении и возрождении формы представляется вполне жизнеспособной в аспекте применимости ее к ситуациям АВП.

Анализ исследований, посвященных изучению транскреации в аспекте АВП, показывает, что именно в данной области оказания лингвистических услуг транскреация понимается наиболее широко. Сама полимодальная специфика аудиовизуального текста, разнообразие технических и иных требований, предъявляемых инициаторами перевода в различных КСАВП, необходимость адаптации аудиовизуальных произведений к специфике восприятия аудитории в различных лингвокультурных сообществах позволяют рассматривать транскреацию шире, чем работу с продающим текстом, заключающуюся в адаптации его вербальной составляющей. Как отмечает Е. Ди Джованни, «нам постепенно необходимо оставить в стороне акцент на лингвистическом переносе и обратиться к более широким явлениям, где присущие аудиовизуальным текстам сложности, международная дистрибуция этих текстов и вызываемые ими культурные движения будут объединены под понятием “транскреации”» [Di Giovanni 2008: 29]. О широком понимании транскреации пишет и С. Занотти, исследующая применение практики транскреации при переводе под дублирование. Отмечая, что при дублировании текст диалогов претерпевает существенные изменения, порой радикальные и непредсказуемые, автор предлагает ввести в терминологический аппарат аудиовизуальных переводчиков понятие транскреации и понимать под ним трансформационные переводческие практики, которые применяются в дублировании и делают переводчика соавтором аудиовизуального произведения [Zanotti 2014: 110]. Похожую мысль высказывают И. Д. Волкова и В. А. Митягина, по мнению которых транскреация в АВП заключается в доминировании творческого подхода над верностью

оригинальному тексту аудиовизуального произведения [Volkova, Mitiagina 2023: 1012].

На тесную связь явления транскреации с полимодальной спецификой аудиовизуального текста обращает внимание Ф. Чауме, предлагая понимать под транскреацией «интраиконический» и «интериконический» перевод – когда изменения вносятся не только в текст, но и в видеоряд [Chaume 2008: 97]. Ф. Чауме приводит пример перевода японского мультипликационного сериала «Дораэмон» на английский язык, в котором изменению подвергся не только текст, но и видеоряд: йены были заменены на доллары, а палочки для еды – на вилки. В Главе 3 настоящего исследования также приведены примеры замены видеоряда с целью дистрибуции аудиовизуального произведения в других странах. На необходимость применения транскреации при переводе названий фильмов указывают С. Анвар и А. Кхан, по мнению которых транскреация «осторожно и глубоко учитывает нюансы компонентов значения оригинального текста в их взаимосвязи со сложными грамматическими и социокультурными особенностями языка перевода. Это становится критически важным в аудиовизуальном переводе, где каждый элемент, включая названия фильмов, должен быть тщательно адаптирован и тонко настроен для того, чтобы эффективно резонировать с иностранной аудиторией» [Anwar, Khan 2024]. Особую роль транскреации в локализации видеоигр отмечают М. О'Хаган и К. Мангирон, по мнению которых транскреация подчеркивает творческий характер профессиональной деятельности аудиовизуального переводчика как актанта КСАВП, способного принимать вариативные, оригинальные и непредсказуемые переводческие решения [O'Hagan, Mangiron 2013: 106]. Д. Катан развивает данную мысль и обращает внимание на решающую роль транскреации в мире конкуренции между человеческим и машинным переводом. По его мнению, переводчики должны получать максимальную отдачу именно от творческого характера переводческой деятельности, который никто не

оспаривает, а сам перевод должен не пропустить «транскреационный поворот» [Katan 2016: 378].

Таким образом, отвечая на первый поставленный вопрос – стоит ли применять новый термин для описания творческого пути поиска решения переводческой задачи или воспользоваться привычными номинациями – необходимо отметить, что даже краткий обзор работ, посвященных определению позиции транскреации в АВП, доказывает, что транскреация не является термином-этикеткой или данью терминологической моде. Специфика работы аудиовизуального переводчика предусматривает необходимость принимать нетривиальные решения, обусловленные не только культурной спецификой реципиентов текста перевода, но и иными параметрами КСАВП.

Теперь необходимо ответить на второй вопрос – о месте транскреации в структуре профессионального поведения аудиовизуального переводчика. Для этого имеет смысл обратиться к той мысли, с которой начиналось рассуждение о природе явления транскреации – идее сохранения сущности текста аудиовизуального произведения при уничтожении и возрождении его формы. В рамках методологии коммуникативно-функционального подхода сохранение сущности оригинала достигается в процессе создания текста на ПЯ, представляющего собой коммуникативно-равноценную замену текста на ИЯ. Конечная цель инициатора перевода, как уже упоминалось выше, – расширение аудитории реципиентов, потребляющих аудиовизуальный контент. Поэтому сохранение сущности аудиовизуального произведения, особенно в условиях глобализации и возможности получения информации об интересующем аудиовизуальном произведении из первоисточника, реализуется в рамках стратегии коммуникативно-равноценного перевода. Таким образом, транскреация будет пониматься в данном исследовании не как отдельная стратегия [Malenova 2018], а как одна из тактик, способствующих сохранению коммуникативной равноценности оригинала и перевода в отдельно взятой КСАВП. Важно отметить, что необходимость

применения данной тактики не связана исключительно с задачей адаптации аудиовизуального произведения к культурной специфике реципиентов, потребляющих его на ПЯ. Необходимость творческого переосмысления текста на языке оригинала может быть вызвана иными параметрами КСАВП: типом локализации, спецификой осуществления переводческой деятельности в условиях необходимости соблюдения авторского права, конвенциональными нормами, принятыми в рамках работы с конкретным инициатором перевода и т. п. Далее рассмотрим переводческие операции, применяемые для реализации тактики транскреации в различных КСАВП.

Необходимо отметить, что наиболее подходящей для применения тактики транскреации является КСАВП-1, подразумевающая внесение существенных изменений в текст аудиовизуальных произведений в целях оказания эмоционально-эстетического воздействия на целевую аудиторию языка перевода. В качестве материала для изучения переводческих операций, применяемых в рамках тактики транскреации, рассмотрим американский анимационный фильм «Капитан Подштанник: Первый эпический фильм» (Captain Underpants: The First Epic Movie) [Soren 2017] и его закадровый перевод на русский язык, выполненный специалистами компании RuFilms в тесном взаимодействии с производителем данного аудиовизуального произведения – компанией DreamWorks Animation. В центре внимания данного анимационного фильма два друга Джордж и Харольд, которые любят рисовать комиксы. Они известные шалуны и постоянно конфликтуют с директором школы, мистером Круппом. Однажды Джордж гипнотизирует директора при помощи гипноперстня, и директор превращается в супергероя Капитана Подштанника, который спасает ребят от скуки и злого профессора Пуперпопса. Важно отметить, что все фрагменты анимационного фильма, требующие творческого подхода, были вынесены в отдельный файл, а каждое из переводческих решений проходило несколько этапов согласований с инициатором перевода – представителем студии-производителя. Необходимо также отметить, что анимационный фильм снят по мотивам

одноименной серии книг Д. Пилки, часть из которых была переведена на русский язык В. Бабковым, С. Силаковой и другими, и вышла в издательстве «Машины творения». Так как прокатчиками фильма не были выкуплены права на перевод книг, то перед переводчиками стояла еще одна нетривиальная задача: сделать перевод, принципиально отличающийся от перевода книги.

Таким образом, одной из причин применения тактики транскреации стало требование создания нового перевода, не совпадающего с решениями, использованными в переводе книг Д. Пилки. В основном данное требование касалось онимов, речитативов и наименований ключевых артефактов, которые постоянно упоминаются в течение всего фильма. В целях выполнения данного требования заказчика переводчики были вынуждены отходить от логичных и лежащих на поверхности решений, используя творческий подход.

Реализация тактики транскреации в случае необходимости создания нового перевода может заключаться в применении как привычных переводческих операций: конкретизации, генерализации и т. п., так и переводческой операции, которую Л. Молина и А. Уртадо Альбир определяют как дискурсивное творчество – создание нового вре́менного эквивалента, который функционирует исключительно в контексте переводимого аудиовизуального произведения, являясь, по сути, контекстуальной заменой единицы перевода в ИТ [Molina, Hurtado Alibir 2002: 508]. Такого рода подход был применен при переводе онимов, которые не должны пересекаться с вариантами перевода, предлагаемыми в книгах о Капитане Подштаннике. Рассмотрим пример названия страны, из которой приехал злой профессор Пуперпопс. Персонаж говорит с явным немецким акцентом, так как родом он из выдуманной страны *New Swissland,* которая расположена недалеко от Гренландии, а ее жители отличаются длинными дурацкими именами. В русском переводе книг название страны переведено как *«Швейцляндия»,* отсылая к Швейцарии и Финляндии. Переводчикам

анимационного фильма была поставлена задача создать новый перевод, отсюда появился вариант *«Зашвейцария»*, который, с одной стороны, оправдывает немецкий акцент профессора, а с другой стороны, создает комический эффект, так как название *«Зашвейцария»* ассоциируется с задворками страны, что резко контрастирует с пафосным поведением персонажа. Похожий прием применен и при переводе имен других персонажей. Так, родителей Капитана Подштанника *Big Daddy Longjohns* и *Princess Pantyhose* в переводе анимационного фильма зовут *«Рейтуз Первый»* и *«Принцесса Панталония».* В рамках творческого переосмысления ИТ переводчики создают имена, внутренняя форма которых связана с контекстом сцены – это королевские особы, которые правят планетой Подштандией, где все ходят в нижнем белье, а внешняя форма отличается от оригинального варианта имен.

Ярче всего использование тактики транскреации при условии создания нового перевода с целью соблюдения законодательства об авторском праве проявляется при переводе речитативов и прецедентных текстов. В этих случаях переводчики применяют операцию дискурсивного творчества и создают новые тексты, связанные с диегезисом сцены, но принципиально отличающиеся по форме и содержанию от существующих переводов. Например, фильм начинается с представления главного героя – Капитана Подштанника, а в закадровом тексте идет речитатив, описывающий достоинства героя: *«Faster than a speeding waistband. More powerful than boxer shorts. Able to leap tall buildings without getting a wedgie».* В одной из книг Д. Пилки данный фрагмент переведен буквально, так как книги включают в себя элементы комикса и данный речитатив сопровождается соответствующими изображениями: *«Капитан Подштанник быстрее чемпионских плавок* (на картинке главный герой убегает от догоняющих его спортивных трусов) *и сильнее боксерских трусов* (на картинке главный герой разрывает боксеры). *Он перепрыгивает небоскребы, даже не порвав подштанников* (на картинке герой перепрыгивает через небоскреб)*»*. При

переводе аналогичной реплики в анимационном фильме было принято решение создать рифмованный речитатив, чтобы сохранить динамику сцены, а также усилить туалетный юмор, которым изобилует фильм, за счет использования разговорного междометия *«хопа!»* и соответствующей ожидаемой рифмы: *«Быстрей резинки от трусов. Сильнее верха от носков. Перелетает здания – хопа! – так, что трусы не врезаются в попу!».* На экране герой гонится за злым сэндвичем с тунцом, спасает детей, едущих в школьном автобусе по рухнувшему мосту, перепрыгивает через здания, фоном звучит героическая мелодия. В переводе соблюдено требование изохронии – количество слогов в репликах в оригинале и переводе совпадает, – а поэтическая форма создает необходимую динамику, обеспечивая кинесическую синхронность картинки и текста. Более того, данный текст отсылает зрителей к комиксам о Супермене, так как в них часто используется похожая крылатая фраза: *«Faster than a speeding bullet. More powerful than a locomotive. Able to leap tall buildings in a single bound»*. *– «Он быстрее пули. Он сильнее локомотива. Одним прыжком он запрыгивает на высочайшие здания»*. Повтор прилагательных «*быстрее*» и «*сильнее*» в переводе речитатива из фильма отсылает к данному прототексту, но привязка к наименованиям нижнего белья создает комический эффект. Кстати, сам герой напоминает Супермена: у него есть плащ и он летает, вытянув руку вперед. На этом сходство заканчивается, так как Капитан Подштанник – это не брутальный супергерой в специальном костюме, а толстый и добродушный недотепа в подгузнике.

Аналогичным случаем возникновения необходимости использования тактики транскреации стал эпизод, в котором уже упомянутый сэндвич с тунцом гонится за детьми, едущими в школьном автобусе. Дети выглядывают из окна автобуса, видят сэндвич, и между ними происходит следующий обмен репликами: «*Look! Up in the sky! It's a bird! It’s a plane!».* Данная фраза хорошо знакома как носителям исходной, так и принимающей лингвокультур, так как также отсылает к культовой цитате из комиксов и

фильмов о Супермене: *«Смотрите в небе! Это птица! Это самолет! (Нет, это Супермен!)»*. Важно отметить, что перед переводчиками стояла сложная задача: с одной стороны, им необходимо было предложить новый перевод, так как данная цитата и ее перевод охраняются авторским правом; с другой стороны, производителям фильма хотелось, чтобы зрители считали отсылку к произведениям о Супермене. В результате переводчики воспользовались переводческими операциями конкретизации и смыслового развития, с омощью которых птица превратилась в баклана, а самолет – в дирижабель: «*Смотрите! В небе! Это баклан! Это дирижабель!».* Подобное творческое переосмысление цитаты было принято инициатором перевода и локализовано в процессе закадрового озвучивания фильма.

В рассматриваемом аудиовизуальном произведении тактика транскреациии также применяется для создания комического эффекта, и в результате дискурсивного творчества переводчиками были созданы авторские окказионализмы, которые соответствуют диегезису сцены, требованиям изохронии и сохраняют комизм анимационного фильма. Так как целевая аудитория данного аудиовизуального произведения – дети в возрасте 6+, переводческие решения должны были не просто передавать комический эффект, но и заставить смеяться детскую аудиторию. В связи с этим в отдельных случаях переводчиками использовались речевые клише, употребляемые детьми: «*No, here we just hang out and make comics and try to make each other laugh». – «Мы просто здесь зависаем, рисуем комиксы и ржём-нимагём».* Замена нейтральной фразы на явное сленговое и довольно популярное выражение *«ржунимагу»*, использованное в необычной форме множественного числа, оказалось удачным творческим переводческим решением, которое также было одобрено зрительской аудиторией в рамках тестовых просмотров. По схожему принципу было образовано существительное *«бугагаталамус»*: *«This is the Hahaguffawchuckleamalus. This funny little purple part holds our entire capacity for laughter». – «Это Бугагаталамус. В этой забавной фиолетовой штучке сосредоточена наша*

способность смеяться». Данную фразу произносит профессор Пуперпопс, в задачу которого входит забрать у школьников весь смех и веселье. Профессор на уроке показывает детям схему головного мозга ребенка, одним из элементов которого и является *Hahaguffawchuckleamalus»* – неологизм, собранный из нескольких слов: *haha* – ономатопея, имитирующая смех, *guffaw* – грубый хохот, *chuckle* – хихикать и латинизированное окончание *us*, создающее эффект терминологичности данного окказионализма. В результате применения переводческой операции дискурсивного творчества переводчики создали собственный окказионализм путем слияния звукоподражания *«бугага»*, распространенного в интернете и имитирующего громкий и безудержный хохот, и части анатомического термина *«гипоталамус»*, обозначающего часть мозга, главный центр управления гомеостазом. В результате творческого усилия был создан фикциональный окказионализм-термин *«бугагаталамус»,* который четко соответствует своей дефиниции – орган, отвечающий за способность смеяться. По подобному принципу переводчиками были созданы окказионализмы-химические элементы, которые изучали школьники: «*Memorize these elements. Oxygen. Beryllium. Boringillium. Lameium. Snoronium. Tedium. Ad Nauseum».* – *«Запомните эти элементы. Кислород. Бериллий. Скукотилий. Тупилий. Храпоний. Унылий. Тошнеций».*

В отдельных случаях тактика транскреации применяется с целью культурной прагматической адаптации отдельных культурно-специфичных элементов ИТ. Это могут быть упоминания известных людей или вымышленных персонажей, блюд национальной кухни, традиций, обычаев и т. п., встроенных в культурный код носителей языка оригинала и неизвестных носителям языка перевода. Для работы с такими культурно-маркированными элементами могут использоваться самые разные тактики: от дословного перевода и полной передачи информации до транскреации, что зависит от параметров отдельной КСАВП. Например, по мнению Х. Диас Синтаса, дословный перевод культурно-маркированных элементов

возможен в случае локализации аудиовизуального произведения при помощи субтитров, чтобы избежать несоответствий между звуковым сопровождением / визуальным рядом и текстом субтитров [Díaz-Cintas 2000: 168]. При этом отметим, что в ряде случаев необходимость в такого рода адаптации обусловлена задачей оказать определенный коммуникативный эффект на представителей ЦА. В этом случае культурно-специфичное явление, упоминаемое в тексте оригинала, может подвергаться транскреации в целях создания комического эффекта, привнесения в аудиовизуальный текст дополнительных смыслов и коннотаций. Например, в рассматриваемом материале такого рода креативная переработка культурно-специфических элементов применяется для создания комического эффекта в целях достижения цели КСАВП. Рассмотрим пример с названием комиксов, которые рисуют главные герои. Один из комиксов называется *Captain Underpants Eats All of His Falafel*. На экране показана обложка комикса, на которой Капитан Подштанник изображен с огромной тарелкой фалафеля. С одной стороны, данное блюдо известно реципиентам аудиовизуального текста на ПЯ, так как является довольно популярным в современной России. С другой стороны, существует вариант замены данного культурно-специфичного элемента на привычные для российского зрителя *«фрикадельки»*. Фалафель представляет собой жареные во фритюре шарики из измельченных бобовых, которые визуально практически неотличимы от мясных фрикаделей. Тем не менее, после обсуждения с представителем инициатора перевода был выбран вариант, созданный посредством применения переводческой операции дискурсивного творчества: «*Книга о Капитане Подштаннике и вкусной и здоровой пище».* В данном случае переводчики создали временный контекстуальный эквивалент, который нацелен на создание комического эффекта, но направленного не на детскую аудиторию, а на родителей, которые в состоянии распознать данную отсылку, так как практически в каждой советской семье имелась «Книга о вкусной и здоровой пище». Более того, название комикса контрастирует с

картинкой на обложке, где изображена вкусная, но не совсем здоровая пища. Так как анимационный фильм предназначен для семейного просмотра, то взрослая аудитория также является целевой, и задача переводчика – создать шутки, предназначенные и для родителей маленьких зрителей.

Еще одним показательным примером может служить перевод ключевой фразы *Quiet five!,* которую постоянно повторяют главные герои Джордж и Харольд, демонстрируя жест приветствия в виде соударения открытыми ладонями. С одной стороны, данный жест понятен представителям целевой аудитории языка перевода, также в молодежном сленге существует слово *«пятюня»*, которое как раз и означает приветствие ладонями, также в данном пласте лексики функционирует фраза *«держи пятюню»*. С другой стороны, инициатором перевода была поставлена задача максимально насытить текст перевода шутками и гэгами, поэтому специально для данной ключевой фразы был подобран вариант *«Держи крабулю!»*. Этот вариант образован посредством трансформации известного русского выражения *«держи краба»*, означающего призыв к рукопожатию, однако диминутив *«крабуля»* по форме напоминает привычную *«пятюню»*, а комический эффект достигается посредством употребления выражения в непривычной форме.

В зависимости от цели перевода в отдельно взятой КСАВП в рамках реализации тактики транскреации культурная прагматическая адаптация может осуществляться посредством различного уровня погружения культурно-специфичных элементов в принимающую культуру. В зависимости от глубины погружения предлагается выделить две разновидности тактики транскреации – трансадаптацию и транскультурацию – как частные и более узкие тактические схемы реализации основной тактики транскреации. В процессе применения трансадаптации переводчик производит замену культурно-специфичного элемента ИТ на аналог в культуре языка перевода. Важно отметить, что применение прагматической адаптации в ее традиционном понимании, как

правило, обусловлено необходимостью осуществления подобной замены в связи с тем, что соответствующий культурно-специфичный элемент является абсолютно чуждым культуре ПЯ. В этом случае операции буквального перевода или заимствования вызовут непонимание у представителей аудитории языка перевода вследствии отсутствия у них необходимых фоновых знаний [Комиссаров 1999: 141]. При трансадаптации подобная замена обусловлена другими соображениями, связанными с отдельными параметрами КСАВП. Она может быть вызвана как требованиями инициатора перевода, так и целью перевода, а также спецификой целевой аудитории, не связанной с культурными различиями. Более глубокое погружение культурно-специфичного явления в пласт культуры ПЯ осуществляется посредством применения транскультурации. В процессе такого преобразования культурно-специфичный элемент встраивается в культурный код ЦА языка перевода и начинает жить в нем своей собственной жизнью. Транскультурация подразумевает максимальное погружение всего текста аудиовизуального произведения в принимающую культуру и может в отдельных случаях сопровождаться изменением видеоряда и аудиального шумо-музыкального сопровождения. Важно отметить, что во всех случаях применения указанных разновидностей транскреации, основным тактическим ходом является творческая переработка текста оригинала.

Довольно активно трансадаптацию применяют любительские студии при осуществлении закадрового перевода ситкомов и комедийных сериалов. Рассмотрим несколько примеров из американского ситкома «Теория большого взрыва» (The Big Bang Theory) [Lorre, Prady 2007–2019] и его закадрового перевода, выполненного студией «Кураж-Бамбей». Необходимо отметить, что именно этот вариант перевода ситкома больше всего полюбился российскому зрителю, и одна из причин – применение трансадаптации в целях создания комического эффекта, часто граничащего с гротеском и абсурдом. Такого рода подход обусловлен включением в

аудиоряд закадрового смеха, сигнализирующего о наличии шуток в репликах персонажей, так как ситком снимался в студии в присутствии зрителей. Наличие закадрового смеха существенно усложняет работу переводчика: если шутка не получится смешной на ПЯ, у зрителя сформируется четкое ощущение того, что просматриваемое аудиовизуальное произведение не соответствует заявленному жанру, соответственно, в рамках КСАВП произойдет коммуникативная неудача.

Данный сериал повествует о жизни двух молодых друзей ученых-физиков Шелдона и Леонарда, которые сталкиваются с проблемами социальной адаптации из-за приверженности к гик-культуре: они увлекаются компьютерными играми, комиксами и совершенно не умеют общаться с девушками. Ситуация осложняется тем, что в определенный момент в квартире напротив появляется очаровательная соседка Пенни, с которой герои неумело пытаются выстраивать взаимоотношения. Классическим примером трансадаптации в рассматриваемом ситкоме стала сцена из второй серии первого сезона, в которой Шелдон и Леонард пытаются затащить шкаф по лестнице в квартиру Пенни. Так как молодые люди не обладают выраженной физической силой, они даже не могут сдвинуть шкаф с места, и между ними происходит следующий диалог:

Leonard: *Do you have any ideas?*

Sheldon: *Yes, but they all involve a green lantern and a power ring.*

Необходимо отметить, что за фразой *«a green lantern and a power ring»* скрывается вымышленный персонаж комиксов компании DC Comics Зеленый фонарь, который обладает кольцом силы, дающим ему контроль над физическим миром. Данный персонаж не слишком известен российскому зрителю, тем не менее, адекватной адаптацией мог бы стать вариант *«Халк»*, *«Супермен»* и т. д., то есть любой более известный персонаж комиксов, обладающий физической силой. Однако переводчики студии «Кураж-Бамбей» применяют свою фирменную трансадаптацию, и в переводе герои обмениваются репликами следующего содержания:

Леонард: *Есть какие-нибудь идеи?*

Шелдон: *Есть парочка, но чтобы их осуществить, нужно звать Илью Муромца и Алешу Поповича.*

Предложенный вариант не соответствует требованиям изохронии: реплика Шелдона в оригинале не укладывается в длину реплики в переводе, актер дубляжа вынужден произносить реплику скороговоркой, а финальные слова уходят за границу кадра. Тем не менее, использование имен русских богатырей создает эффект абсурдности ситуации и вызывает у зрителя смех, что и является конечной целью в данной КСАВП.

Трансадаптация также применяется для создания комического эффекта за счет усиления стилистической окрашенности отдельных выражений. В следующем примере друзья сидят за столом в кафе и спорят, кому достанется кольцо, напоминающее Кольцо Всевластия из «Властелина колец», которое они нашли на гаражной распродаже. Для того чтобы заполучить это кольцо, Радж подключает онлайн своего брата адвоката, который тут же проигрывает спор:

Leonard: *No Jet Skis.*

Venkatesh: *All right, forget the Jet Skis.*

Raj: *Forget the Jet Skis? That was our line in the sand! What happened to "tear them a new one?"*

Venkatesh: *What can I say? They played hardball. We lost.*

В оригинале использована фраза *tear them a new one*, которая является эвфемизмом и заменяет выражение *tear them a new ass* и означает «To criticize, berate, or upbraid one in an extremely belligerent and angry manner» (Агрессивно и гневно критиковать, оскорблять или упрекать кого-либо в чем-либо) [The Free Dictionary]. В переводе данная фраза приобретает несколько иной оттенок:

Леонард: *Никаких гидроциклов.*

Венкатеш: *Как скажете, забудем про гидроциклы.*

Радж: *Что значит «забудем про гидроциклы»? Ты же пообещал порвать их как Тузик грелку!*

Венкатеш: *Ну что тут сказать? Крепкие орешки попались. Мы проиграли.*

Выражение *«порвать как Тузик грелку»* имеет неясную этимологию и означает «совершить над кем-то расправу». В данном случае применение трансадаптации гиперболизирует ожидания Раджа и создает комический эффект, так как сама ситуация абсурдна: собака Тузик, рвущая грелку, сопоставляется с ситуацией обращения к адвокату, что вызывает смех у зрительской аудитории.

Важно отметить, что в некоторых случаях применение тактики трансадаптации приводит к укоренению данного варианта перевода в культуре ПЯ, а воспроизведение данного варианта в другом тексте уже может расцениваться как транскультурации. Например, наименование места работы героини рассматриваемого ситкома Пенни *The Cheesecake Factory* – обычный сетевой ресторан в Нью-Йорке, специализирующийся на чизкейках. Тем не менее, в переводе студии «Кураж Бамбей» оно было передано на русский язык как «*Кафешка "Сырники от тети Глаши"».* В данном случае трансадаптация снова применяется для создания комического эффекта за счет применения переводческой операции дискурсивного творчества: *cheesecake*, несмотря на устоявшийся вариант перевода *«чизкейк»*, превращается в *«сырники»*, а ситуация комизма усиливается за счет ироничного *«от тети Глаши»*, которого в тексте оригинала нет. Тем не менее, данный вариант перевода стал настолько популярен, что, например, московский ресторан доставки «Биг бэнг» (отсылка к названию ситкома) предлагает в своем меню блюдо «Сырники от тети Глаши», которое представляет собой именно сырники, а не чизкейк. Таким образом, вариант перевода, предложенный студией «Кураж-Бамбей», постепенно входит в российскую культуру и становится прецедентным феноменом за счет процесса транскультурации.

Необходимо сказать, что о транскультурации еще в середине XX века писал Ф. Ортис, определяя это явление как «результат в высшей степени комплексной трансмутации культур» [Ortiz 1995: 98]. Наиболее упоминаемым примером транскультурации является феномен трансформации образа Человека-паука, героя американских комиксов и фильмов, в индийской культуре [Humphrey et al 2011: 42], который подробно описан в разделе 1.2.4.2 данного исследования. Если говорить о применении транскультурации в рамках АВП, то наиболее ярко она проявляется в КСАВП-1, когда переводчики создают пародийный перевод. Самым известным автором пародийных переводов на русский язык заслуженно считается Д. Пучков, более известный под псевдонимом «Гоблин». Сам Гоблин делит свои переводы на «правильные», которые «отличаются адекватностью и максимальным соответствием оригинальному тексту фильма» и «смешные», в которых автор перевода «несет полную ахинею, в корне меняя диалоги и сюжет фильма» [Oper.ru].

В своих переводах Гоблин доводит прием гротеска до абсурда путем полного погружения сюжета и персонажей в русскую культуру посредством применения транскультурации. В качестве примера рассмотрим пародийный перевод фильма «Братство кольца» – первой части трилогии «Властелин колец» (The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring) [Jackson 2001]. В переводе Гоблина фильм получает название «Властелин колец: Братва и кольцо», а герои и сюжеты начинают жить в интерпретации Гоблина новой жизнью. Переводчик меняет имена героев: Фродо Бэггинс становится Федором Сумкиным (дословный перевод английского корня *bag* – *«сумка»*), Сэмуайз Гэмджи – Сеней Ганджубасом (от английского *Ganja* – *«марихуана»*, перевод выполнен с опорой на созвучие слова *Ganja* и фамилии героя *Gamgee*), странник Арагорн – бомжом Агрономом (снова с опорой на созвучие слов «Арагорн» и «Агроном», а также посредством переосмысления значения лексемы «странник»). При переводе диалогов порой создается совершенно новый нарратив, не связанный с сюжетом сцены, реплики,

контрастирующие с видеорядом или входящие в противоречие с образами персонажей, что создает комический эффект. Так, в сцене, когда Гендальф приезжает на день рождения к Бильбо Бэггинсу в Шир, тот встречает его в своем доме и предлагает выпить либо чаю, либо вина: *«Tea? Or maybe something stronger... I've a few bottles of the Old Winyard left, 1296... a very good year, almost as old as I am».* На экране мы видим героев, Бильбо суетится, бегает по дому, старается быть гостеприимным. В оригинале нет никакого намека на необходимость применения тактики транскреации, так как реплика не представляет собой трудности для перевода. В официальном дублированном переводе реплика локализована следующим образом: *«Чаю? Или чего-нибудь покрепче? У меня есть пара бутылок "Старой винодельни". 1296-й. Очень хороший год. Мы с ним почти ровесники»*. Так как герои показаны общим планом, и артикуляционную синхронность соблюдать не требуется, переводчик студии дубляжа использует тактику передачи релевантной информации. Однако в переводе Гоблина применяется транскультурация, что создает комический эффект за счет сочетания несочетаемого: «*Чайку? Или сразу по стаканчику? У меня еще осталось несколько бутылок старого портвешку: "Тридцать третий" есть, "Агдам", "Солнцедар". Почти такой же старый, как я».* Использование деминутивов *«чайку», «стаканчику», «потвершку»*, а также упоминание в хронотопе произведения Дж. Р. Р. Толкина легендарных напитков, выпускавшихся в СССР в середине XX века, никак не обусловлено содержанием или формой реплики в ИТ, но позволяет переводчику достичь цели КСАВП – создать пародийный перевод, который будет резко контрастировать с оригиналом и за счет этого оказывать необходимый коммуникативный эффект на реципиента.

Похожий прием творческого переосмысления оригинала используется и в сцене, когда Гендальф объясняет Фродо суть волшебного Кольца Всевластия. Герои находятся в доме у Фродо, Гендальф бросает кольцо в

камин и затем отдает его в руки Фродо, так как кольцо не подвержено воздействию огня. На кольце начинает проступать надпись на древнем языке:

Gandalf: *What can you see? Can you see anything?*

Frodo: *Nothing... there's nothing. Wait... these are markings. It's some form of Elvish... I can't read it.*

Gandalf: *There are few who can...the language is that of Mordor, which I will not utter here.*

Диалог не представляет трудности для перевода, в нем нет игры слов, культурно-специфичных феноменов или иных элементов, которые могут потенциально создать переводческую проблему. Более того, данная сцена является очень важной для дальнейшего понимания сюжета фильма, что создает необходимость ее максимально точной передачи средствами ПЯ. В официальном дублированном переводе диалог локализован следующим образом:

Гендальф: *Что ты видишь? Видишь что-нибудь?*

Фродо: *Ничего… Ничего нет. Постой… Здесь надпись. Похоже, на эльфийском. Я не могу прочесть.*

Гендальф: *Мало кто может. Это язык Мордора, ему не надо звучать здесь.*

В данном случае переводчики применили тактику артикуляционно-кинесической синхронизации. Реплика полностью соответствует требованию изохронии, так как количество слогов в репликах, которые произносят герои, показанные крупным планом, совпадает в оригинале и переводе: «*What can you see?*». – «*Что ты видишь?*», «*It's some form of Elvish*». – «*Похоже, на эльфийском*». Более того, переводчикам и актерам дубляжа удалось сохранить артикуляционную синхроннность фраз на сверхкрупных планах, существенно не изменив содержания реплик: «*There are few who can*». – «*Мало кто может*» (огубленный [о] в слове *«может»* попадает в открытый [æ] в слове *can*), *«which I will not utter here» – «ему не надо звучать здесь»* (краткий [а] в слове *«звучать»* попадает в краткий [ʌ] в слове *utter*). Тем не

менее, в пародийном переводе используется транскультурация, и нейтральный текст получает яркую стилистическую окраску:

Пендальф: *Ну чё там, ничё не проявляется?*

Федор: Да нету ни фига. Ничё не вижу. Погодь… Тут, типа, знаки. Отстой какой-то. Кажись, Made in China.

Пендальф: *Я так и знал. Это язык Мордовии. Говорят и читают на нем только свирепые мордовцы.*

Подобная вульгаризация текста перевода, использование гротеска и максимальное погружение зрителя в культуру языка перевода являются маркером авторского стиля Гоблина. Именно за счет такой специфической транскультурации его пародийные переводы обрели в свое время огромную популярность, и зрители до сих пор предпочитают смотреть фильмы именно в этой интерпретации. Транскультурация также реализуется посредством подмены музыкального ряда. Гоблин подбирает современные российскому зрителю начала 2000-х композиции, которые соответствуют сценам в фильме, и заменяет ими оригинальный саундтрек. Например, в сцене, когда Бильбо и Гендальф сидят вечером на улице и курят трубки, вместо оригинальной симфонической мелодии звучит песня «Иду, курю» группы «Ноль»; во время празднования дня рождения Бильбо вместо танцевальной этнической музыки звучит трек «18 мне уже» группы «Руки вверх!»; когда Бильбо исчезает с праздника, сжав в ладони волшебное Кольцо Всевластия, звучит песня Татьяны Овсиенко «Колечко», а когда Гендальф приходит в себя и обнаруживает, что заточен на самой верхней площадке башни Сарумана, звучит песня Михаила Круга «Владимирский централ». Таким образом, транскультурация создает дополнительный комический эффект, так как музыкальное сопровождение, используемое Гоблином, контрастирует с общим сюжетом фильма, но очень точно соответствует содержанию конкретной сцены.

Для достижения аналогичного эффекта в рамках транскультурации Гоблин заменяет оригинальные реплики фразами из культовых советских

фильмов, причем, содержание реплики в переводе может и не соответствовать сути оригинальной реплики. На предложение Гендальфа оставить Кольцо Всевластия, Бильбо реагирует фразой Лёлика из кинокомедии Л. Гайдая «Бриллиантовая рука»: *«На это я пойтить не могу!»* (в оригинале *Well, no... and yes*). В сцене, когда хоббиты, возглавляемые странником Арагорном, убегают от назгулов (Черных Всадников), хоббит Пип заявляет о том, что хочет есть, но Арагорн заставляет всех двигаться дальше, Мерри, друг Пипа, объясняет, что Арагорн не знает о существовании второго завтрака: *«I don't think he knows about second breakfast, Pip»*. В переводе Гоблина снова используется фраза из «Бриллиантовой руки»: *«Я должен принять ванну и выпить чашечку кофе»*. В данном случае транскультурация приводит к искажению смысла реплики, но так как далее по ходу сцены все реплики искажаются соответственно, для русскоязычного зрителя данная фраза звучит смешно и к месту. Еще одним из примеров, когда комический эффект создается за счет использования трансформированной цитаты, является сцена, в которой Фродо, очнувшись после ранения в тайном эльфийском убежище Ривенделл, радостно восклицает *«Гендальф!»*, когда видит своего друга и наставника. Гендальф на это отвечает: *«Yes, I'm here and you're lucky to be here, too. A few more hours and you would have been beyond our aid. You have some strength in you, my dear Hobbit»*. В официальном дублированном переводе эта фраза звучит следующим образом: *«Да, я здесь… И ты на свое счастье – тоже. Еще несколько часов, и никто бы тебе не помог. Но ты оказался крепок, мой дорогой хоббит»*. Тем не менее, в пародийном переводе Гоблина даже в такой серьезной сцене сохраняется комический эффект за счет использования известной цитаты из кинокомедии Л. Гайдая «Операция “Ы” и другие приключения Шурика»: *«Да, я здесь. Свезло тебе, Федор. Еще немного, и в твоем доме заиграла бы музыка, но ты бы ее не услышал, дорогой мой хоббит».* И снова применение транскультурациии оправдано не столько

текстом оригинального аудиовизуального произведения, сколько целью КСАВП, в рамках которой Гоблин создавал перевод.

Таким образом, творческая переработка исходного аудиовизуального текста представляется не отдельной услугой, но неотъемлемой частью переводческой работы с аудиовизуальным текстом. Уничтожение исходной формы и ее возрождение с применением творческого усилия различной степени интенсивности особенно характерно, как уже говорилось выше, для тех КСАВП, в которых в задачу переводчика входит не только передача информации, но и оказание определенного воздействия на зрителя: эмоционально-эстетического в КСАВП-1, реализации коммуникативной стратегии убеждения в КСАВП-5, максимального погружения в геймплей в КСАВП-7. В рамках данного исследования фокус внимания был сосредоточен на КСАВП-1, но есть стойкое ощущение, что изучение специфики применения тактики транскреации в других КСАВП также может стать продуктивной областью для дальнейших исследований. Различные переводческие операции, применяемые в целях реализации тактики транскреации и ее вариантов, подчеркивают широту операционного арсенала переводчика, обеспечивающего реализацию творческого подхода к АВП, а сама тактика транскреации способствуют достижению поставленной цели в условиях заданных параметров КСАВП.

4.3.1.6. Тактика сохранения вселенной аудиовизуального произведения

Тактика сохранения вселенной аудиовизуального произведения в различных КСАВП тесно связана с необходимостью поддерживать целостность искусственно созданного фикционального мира. Необходимо отметить, что фикциональные вселенные художественных литературных произведений, аудиовизуальных произведений и трансмедийных проектов обладают практически всеми характеристиками реального мира: у них есть собственный хронотоп, детально проработанная топография и топонимика, система персонажей, вступающих между собой в политические, экономические, социальные и личные отношения, а также собственные

языки, история, культура и т. д. Как справедливо отмечает Ф. Чауме, имена персонажей, топонимы, историческая подоплека событий, система взаимоотношений между персонажами, повторяющиеся иконические элементы, музыкальное сопровождение, графические тексты, световые и специальные эффекты, идиолекты, а также отдельные культовые слова и фразы и т. п. сохраняются во всех нарративах вселенной аудиовизуального произведения [Chaume 2018: 98]. Все эти элементы фикциональных вселенных являются теми конституирующими факторами, которые позволяют создать связь как между отдельными элементами литературного и аудиовизуального произведения (например, отдельными сериями и сезонами сериала, книгами и снятыми на их основе кросс-медийными проектами), так и между отдельными элементами трансмедийного проекта (например, между элементами компьютерной игры и сериала, снятого по ее мотивам).

В разделе, посвященном трансмедийным проектам, уже упоминалось, что такого рода вселенные, которые могут быть как полностью фантазийными, так и построенными на основе реальных событий, включают в себя три домена: канон – официальную, контролируемую медиапродюсером версию вселенной, представленную авторизованными медиапродуктами; апокриф – расширенную авторизованную версию, включающую побочные продукты, альтернативные и второстепенные истории (спин-оффы, сиквелы, франшизы и т. п.); фанон – неавторизованную интерпретацию вселенной, создаваемую самими фанатами в форме фанфиков, фанфильмов, косплея и других форматов [Пономарев 2019: 137]. Канон может репрезентироваться протоэлементами: прототекстами, изображениями, шумо-звуковыми эффектами, музыкальными темами и т. п., на основании которых создаются метаэлементы вселеннной: метатексты, метаизображений и т. п., обеспечивающие связь между тремя указанными доменами.

Если вернуться непосредственно к АВП, то сохранение неизменности содержательного ядра при переносе фикциональной вселенной в другую

лингвокультуру является важнейшим условием успеха всего проекта в целом. В то же время внимательное и бережное отношение к доменам проекта способствует более эффективному распространению контента и более глубокому погружению в него реципиентов. А. В. Козуляев отмечает, что серьезное воздействие мира игр и сериалов отмечается в случае КСАВП-1 и КСАВП-7 в рамках перевода детских художественных и анимационных произведений, а также видеоигр под дублирование: «Переводчик должен учитывать особенности языка и языкотворчества героев на протяжении множества серий и сезонов, (особенности) взаимоотношений героев, предысторий персонажей и их “личных досье”» [Козуляев 2013: 377]. Любая попытка перевести аудиовизуальное произведение без учета референциальной базы «мира сериала» может привести к коммуникативной неудаче и, как следствие, «к оглушительному провалу» [Там же]. А. В. Козуляев также обращает внимание на необходимость овладения переводчиком «реконструктивной компетенцией», то есть умением анализировать и конструировать «миры сериалов» [Козуляев 2015: 16].

Действительно, существуют реальные примеры, свидетельствующие о том, что пренебрежение тактикой сохранения вселенной аудиовизуального произведения может привести к коммуникативной неудаче в рамках отдельной КСАВП, которая выразится в негативной обратной связи, транслируемой реципиентами и, как следствие, в низких рейтингах соответствующего фильма, сериала или компьютерной игры. Хорошим примером может стать перевод первого и второго сезонов телесериала «Игра престолов», основанного на серии фэнтезийных романов «Песнь льда и огня» Дж. Р. Р. Мартина. Фанаты книг с радостью наблюдали их экранизацию – сначала как кросс-медийный проект, а позже как трансмедийный. Однако когда два сезона сериала были переведены на русский язык, зрители обнаружили множество расхождений в переводе. Например, некоторые имена главных персонажей переводились по-разному: прозвище главной героини Дейенерис Таргариен *Stormborn* в первом сезоне переводилось как

«Бурерожденная» (*«буря»* в значении «сильный ветер большой разрушительной силы, сопровождаемый обычно дождем, снегом, градом» [Кузнецов 2000]), а во втором сезоне она стала *«Шторморожденной»* (*«шторм»* в значении «сильный ветер, буря (обычно на море)» [Там же]). Аналогичная ситуация произошла с названием народа, живущего за Ледяной Стеной и называемого в оригинале *White Walkers*: в первом сезоне был локализован вариант буквального перевода *«Белые ходоки»*, а в следующем сезоне они стали *«Белыми бродягами»* [Malenova 2018: 780]. Такого рода несостыковки вызывают бурю негодования у реципиентов аудиовизуального произведения, особенно у представителей фанатских сообществ, поэтому для получения оптимального результата переводчикам необходимо применять тактику сохранения вселенной аудиовизуального произведения.

В качестве основной переводческой операции реализации тактики сохранения вселенной аудиовизуального произведения выступает использование прототекста в неизменной или модифицированной форме, что позволяет создать тесную связь между каноном и апокрифом. Рассмотрим примеры применения тактики сохранения вселенной аудиовизуального произведения на материале трансмедийного проекта, имевшего огромную популярность, как в нашей стране, так и во всем мире – сериала «Шерлок» (Sherlock) [Gatiss, Moffat 2007–2011], снятого телекомпанией BBC, и его перевода под дублирование, выполненного специалистами «Первого канала». В оригинале данный сериал представляет собой крупный трансмедийный проект, который включает в себя массу элементов: рассказы и повести о Шерлоке Холмсе А. К. Дойла в качестве канона, телевизионный сериал, графический роман (манга), блог Джона Ватсона, блог Шерлока Холмса, сайт Sherlockology, посвященный проекту, видеоигра и т. п. Русскоязычным реципиентам были доступны только два элемента данной трансмедийной вселенной – рассказы и повести в каноническом переводе под редакцией К. И. Чуковского и сам сериал. Сериал представляет собой современную адаптацию произведений А. К. Дойла. Действие сериала разворачивается в

современном Лондоне. Холмс и Ватсон случайно становятся соседями и обустраиваются в квартире 221В на Бейкер-стрит, которую им сдает домовладелица миссис Хадсон. Постепенно Шерлок и Джон становятся друзьями, ищут опасных преступников и помогают лондонской полиции в лице инспектора Лестрейда. Ватсон описывает их приключения в своем интернет-блоге, и детектив вместе со своим помощником становится знаменитым.

Наиболее популярным способом сохранения связи канона с апокрифом во вселенной данного проекта является цитирование: использование канонической цитаты и трансформированной канонической цитаты. Авторы русского перевода под дублирование применили аналогичную схему: использовали канонические цитаты из русского перевода произведений А. К. Дойла или трансформировали их в соответствии с требованиями артикуляционно-кинесической синхронности. Рассмотрим несколько примеров. Ключевой фразой как литературного, так и экранного Шерлока становится реплика *«You see, but you do not observe»*, которую он неоднократно повторяет, обращаясь к Джону Ватсону. Впервые эта фраза появляется в рассказе «Скандал в Богемии» и в русском переводе звучит следующим образом: *«Вы смотрите, но вы не наблюдаете»* [Конан Дойл 2014: 211]. В сериале каноническая цитата сохранена, но с ее помощью создается комический эффект: Шерлок произносит фразу *«As ever Watson. You see but do not observe»,* но затем камера перемещается и зритель видит, что Шерлок обращается не к Джону, а к его маленькой дочери Рози. В переводе данная реплика переведена с учетом прототекста: *«Как всегда, Ватсон. Ты смотришь, но не наблюдаешь»*. В данном примере использована переводческая операция сохранения прототекста вкупе с его незначительной трансформацией: Шерлок обращается к Ватсону (как зрителю кажется вначале) на «ты», а не на «вы». Такая трансформация оправдана, так как в русской версии сериала Шерлок Холмс и Джон Ватсон общаются на «ты»,

также этот вариант поддерживает кинесическую синхронность – движение камеры и появление в кадре маленького ребенка.

Довольно часто вселенная рассматриваемого трансмедийного проекта формируется за счет использования комбинации трансформированной вербальной цитаты и аллюзии на прецедентную ситуацию, известную читателям произведений о Шерлоке Холмсе. Например, в сериале практически отсутствуют сцены курения, так как с 1 июля 2007 года в Лондоне и на всей территории Англии вступил в силу строгий законодательный запрет на курение в закрытых общественных местах и на рабочих местах. Однако в произведениях о Шерлоке Холмсе персонаж курит трубку, а некоторые из своих дел называет *«It is quite a three pipe problem»* [Doyle 2014]. В переводе рассказа «Союз рыжих» Холмс утверждает, что его текущее дело – *«задача как раз на три трубки»* [Конан Дойл 2014: 244]. В сериале эту ситуацию обыграли довольно элегантно: в первом эпизоде первого сезона Джон Ватсон заходит в гостиную и видит Шерлока, лежащего на кушетке и согнувшего руку в локте. У доктора Ватсона и у зрителя появляется догадка – Шерлок вернулся к своей пагубной привычке и вколол себе наркотик. Но когда Шерлок появляется в кадре крупным планом, мы видим, что у него на руке наклеены три никотиновых пластыря. Когда Джон Ватсон задает вопрос, зачем Шерлоку сразу три пластыря, то отвечает: *«It's a three-patch problem» – «Проблема всего на три пластыря»*. В русском дублированном каноническая цитата передана не точно, но в сочетании с видеорядом четко отсылает к каноническому прототексту, поэтому реципиенты, знакомые с творчеством А. К. Дойла, сразу же улавливают аллюзию, что позволяет сохранить единство вселенной проекта.

К сожалению, несмотря на то, что русский дублированный перевод «Шерлока» был признан одной из лучших локализаций данного сериала, не во всех случаях у переводчиков была возможность успешно применить тактику сохранения вселенной. В некоторых случаях это никак не отразилось на результате перевода, зрители просто оказались лишены удовольствия

оценить изобретательность авторов сериала. В других случаях это повлияло на общий контекст отдельных сцен и исказило смысл ситуаций, разворачивающихся на экране. Рассмотрим два примера. В первом случае авторы протянули через весь сериал языковую игру с канонической цитатой *The game is afoot*, которая восходит к пьесе У. Шекспира «Генрих V». Эта фраза звучит в знаменитом монологе Генриха V, который он произносит перед битвой при Азенкуре: *«I see you stand like greyhounds in the slips, Straining upon the start. The game's afoot; Follow your spirit: and upon this charge, Cry – God for Harry! England and Saint George!»* [Shakespeare 2023]. У А. К. Дойла эта фраза впервые появилась в рассказе «Убийство в Эбби-Грейндж». Холмс взволнованно обращается к доктору Ватсону, который мирно спит в своей кровати: *“Come, Watson, come!” he cried. “The game is afoot. Not a word! Into your clothes and come!”* [Doyle 1998]. Именно благодаря А. К. Дойлу эта фраза стала крылатой и регулярно используется в самых разнообразных контекстах. В сериале данная каноническая цитата трансформирована в более современное выражение *The game is on*, однако в специальном выпуске, в котором Шерлок перемещается в викторианскую Англию, цитата трансформируется обратно в свою каноническую форму *The game is afoot.* Апогеем языковой игры становится эпизод во второй серии четвертого сезона, когда современный Шерлок читает монолог из Генриха V и заканчивает его фразой *The game is afoot*. В результате образуется целая череда аллюзий на различные прототексты, связанные одной цитатой, что позволяет сделать ее лейтмотивом вселенной проекта.

В русском каноническом переводе реплика Холмса звучит следующим образом: *«Вставайте, Уотсон, вставайте! – говорил он. – Игра началась. Ни слова. Одевайтесь, и едем!»* [Конан Дойл 2014: 903]. В дублированной версии сериала данная каноническая цитата звучит без изменений: *«Игра началась»*, независимо от хронотопа серии. В эпизоде прочтения монолога из «Генриха V» использован классический перевод Е. Бируковой: *«Стоите, вижу, вы, как своры гончих, На травлю рвущиеся. Поднят зверь. С отвагой в*

сердце риньтесь в бой, крича: "Господь за Гарри и святой Георг!"» [Шекспир 1959: 410]. Таким образом, у русскоязычного зрителя нет никакой возможности проследить связь канона и апокрифа, так как в его сознании никакой связи между фразами *«Игра началась»* и *«Поднят зверь»* не существует.

Другим интересным примером потери связи между элементами вселенной данного трансмедийного проекта стал эпизод, в котором Шерлок, исполняя роль шафера на свадьбе Джона Ватсона и Мэри Морстен, зачитывает поздравительные телеграммы. Мэри слушает его с улыбкой, но на одной из телеграмм ее лицо меняет выражение: губы сжимаются, она опускает глаза и выглядит расстроенной и сосредоточенной. В оригинале злополучная телеграмма звучит следующим образом: *«Oodles of love and heaps of good wishes, from CAM. Wish your family could have seen this…»*. В данном случае инициальная аббревиатура *CAM* расшифровывается как *Charles Augustus Magnussen («Чарльз Огастес Магнуссен»).* Это имя злодея, с которым Шерлоку предстоит столкнуться в следующей серии. Литературным прототипом злодея стал герой рассказа The Adventure of Charles Augustus Milverton («Конец Чарльза Огастеса Милвертона»), король шантажа, который подписывал свои письма и телеграммы аббревиатурой *CAM,* а в русском переводе, соответственно, эта аббревиатура выглядела *«ЧОМ».* Тем не менее, в переводе данного эпизода в сериале телеграмма звучит следующим образом: *«Немерено любви и до тучи хороших пожеланий от Кэма. Вот бы у вашей семьи это было».* В итоге связь с прототекстом полностью утрачивается, что приводит к появлению разрыва в ткани вселенной проекта.

Таким образом, тактика сохранения вселенной аудиовизуального произведения, особенно в случае перевода сериальных, трансмедийных и кросс-медийных проектов, является ключевой для реализации стратегии коммуникативно-равноценного перевода. Она направлена на поддержание целостности и когерентности фикционального мира – сложной семиотической конструкции, обладающей собственным хронотопом,

топонимикой, системой персонажей, историей, культурой и повторяющимися иконическими элементами. Анализ удачных и неудачных примеров применения данной тактики показал, что ее успешная реализация напрямую влияет на эффективность коммуникации в КСАВП и обеспечивает погружение зрителя в аудиовизуальное произведение. Пренебрежение тактикой сохранения вселенной аудиовизуального произведения приводит к искажению референциальной базы, коммуникативным неудачам, разрывам в ткани нарратива и, как следствие, к негативной реакции аудитории, особенно фанатского сообщества.

Можно сказать, что тактика сохранения вселенной аудиовизуального произведения выходит за рамки традиционного языкового переноса и приобретает характер полисемиотической и реконструктивной деятельности. Она требует от переводчика глубокого погружения в канон, апокриф и потенциальный фанон трансмедийного проекта, а также баланса между первичными параметрами КСАВП и необходимостью поддерживать нарративную целостность фикционального мира.

4.3.2. Тактики аудиовизуального перевода как способы реализации стратегии переадресации

Стратегия переадресации представляет, согласно В. В. Сдобникову, «общую программу осуществления переводческой деятельности, направленной на создание текста на ПЯ, предназначенного для получателя, который отличается от реципиента ИТ не только своей национально-культурной принадлежностью, но и социальными характеристиками» [Сдобников 2015: 170]. В качестве таких получателей автор видит реципиентов, которые «не предполагались и не могли предполагаться автором оригинала в качестве потенциальных получателей» [Там же]. Таким образом, в рамках КСП могут возникать ситуации, когда инициатор перевода планирует оказать на представителей таких получателей такое же коммуникативное воздействие, что и на всех остальных реципиентов, но переводчику в целях реализации данного намерения необходимо внести в

текст перевода такие изменения, которые не предполагались бы в ситуации применения стратегии коммуникативно-равноценного перевода. В случае КСАВП представителями таких получателей являются реципиенты с особыми когнитивными потребностями (с нарушениями зрения и слуха), а перевод осуществляется в рамках создания медиадоступности (цифровой доступности). В ситуации осуществления АВП в соответствии со стратегией коммуникативно-равноценного перевода полное воспроизведение функций ИТ для таких зрителей представляется невозможным «в связи с принципиальной неспособностью аудитории ПТ воспринимать данный текст именно так, как воспринимают ИТ его получатели» [Сдобников 2015: 171] Таким образом, для создания инклюзивного АВП – аудиодескрипции (тифлокомментирования) и субтитров для глухих и слабослышащих зрителей – применяется стратегия переадресации.

Говоря о стратегии переадресации в рамках осуществления инклюзивного АВП, необходимо сделать важную оговорку. Несмотря на сформулированную концепцию доступного кинопроизводства, которая подробно рассматривалась в разделе 4.2.3, а также на требования законодательства по обеспечению равного доступа всех реципиентов к аудиовизуальным произведениям, львиная доля контента предназначается для восприятия посредством традиционных перцептивных каналов. В связи с этим инициаторы перевода обычно предполагают, что их целевой аудиторией станут исключительно потребители, способные в полной мере воспринимать как визуальные, так и аудиальные модусы аудиовизуальных произведений. Именно поэтому в подавляющем большинстве случаев параметры КСАВП диктуют необходимость осуществления работ в рамках стратегии коммуникативно-равноценного перевода, так как зрители с особыми когнитивными потребностями априори не предполагаются в качестве целевой аудитории. Нет никакого сомнения, что применение средств создания медиадоступности является приведением аудиовизуального произведения к той коммуникативной равноценности, которая предоставляет

равные возможности потребления аудиовизуальных произведений для всех реципиентов. Тем не менее, опыт показывает, что немногие из производителей контента заботятся о таких зрителях. Например, в соответствии с действующим законодательством фильм Ф. Бондарчука «Вторжение», получивший государственную поддержку, был снабжен тифлокомментарием. Однако этот тифлокомментарий не был доступен ни в одном кинотеатре страны, так как законом урегулирована только необходимость создания тифлокомментария, но никак не описан механизм его доставки реципиенту [Обиух 2020]. Данное положение вещей также объясняет тот факт, что обеспечением медиадоступности занимаются не столько крупные студии локализации, сколько отдельные структуры, напрямую не связанные с инициаторами перевода со стороны производителей контента. Это институт «Реакомп» (Негосударственное учреждение «Институт профессиональной реабилитации и подготовки персонала Общероссийской общественной организации инвалидов – Всероссийского ордена Трудового Красного Знамени общества слепых»), отдельные компании (например, «Локалфильм») и волонтерские проекты (портал «Особый взгляд», интернет-проект «Опиши мне» и т. д.). Таким образом, на данный момент обеспечение медиадоступности является своеобразной надстройкой над традиционным АВП и осуществляется в рамках стратегии переадресации уже готового продукта в целях его адаптации к специфике восприятия зрителями с особыми когнитивными потребностями. Ниже рассмотрим сущность медиадоступности, различные подходы к трактовке данного явления и обоснуем необходимость рассмотрения тактик обеспечения медиадоступности в рамках коммуникативно-функционального подхода.

Доступность как одно из фундаментальных прав человека было закреплено «Конвенцией ООН о правах инвалидов» в 2006 году и включило в себя, кроме всего прочего, обеспечение доступа к телевизионным программам, фильмам, театру и другим культурным мероприятиям в

доступных форматах (статья 30, пункт 1b) [Конвенция о правах инвалидов 2006]. В контексте АВП это привело к развитию двух ключевых способов создания медиадоступности:

1) субтитрирование для глухих и слабослышащих (SDH – Subtitling for the Deaf and Hard of Hearing) – не только перевод речи, но и описание звуковых эффектов, музыки, интонации и идентификации говорящих;

2) аудиодескрипция (AD – Audio Description) – вербальное описание визуальных элементов (действий, выражений лиц, декораций, цвета, жестов) для незрячих и слабовидящих зрителей. В российской практике термин «аудиодескрипция» традиционно заменяется термином «тифлокомментирование», представляющим собой понятие «более широкое по смыслу, чем “аудиодескрипция”, так как подразумевает использование не только звукового тифлокомментария, но и письменного, печатного (например, описание для слепых картины, фотографии, географической карты, чертежа и т. п.), выполненного на бумаге» [Ваньшин, Ваньшина 2011: 6]. Так как в рамках данного исследования рассматривается исключительно звуковой способ локализации вербального описания для слепых и слабовидящих, то далее будет использоваться термин «аудиодескрипция».

Несмотря на то, что способы создания медиадоступности применялись еще на заре кинематографа, считается, что официально обеспечение доступа реципиентов с особыми когнитивными потребностями к аудиовизуальным и прочим произведениям искусства началось в 70-е годы XX века. Первый официальный показ телепрограммы с субтитрами для глухих и слабослышащих состоялся в 1972 году [Verbit 2025], а датой зарождения аудиодескрипции считается май 1975 года, когда американский журналист Г. Фрейзер представил собственную концепцию аудиодескрипции в магистерской диссертации «Автобиография Мисс Джейн Питтман: полная аудиоадаптация телеспектакля для слепых и слабовидящих» [Frasier 1975]. Таким образом, уже в течение 50 лет медиадоступность позволяет реципиентам с особыми когнитивными потребностями получать опыт,

сопоставимый с тем, который получают зрители, имеющие возможность воспринимать те же элементы аудиовизуальных произведений, беспрепятственно используя органы зрения и слуха.

В связи с тем, что обеспечение медиадоступности может осуществляться не только в рамках межкультурной коммуникации, но и в рамках одного языка, возникает вопрос, можно ли считать данный вид профессиональной деятельности переводом. На эту проблему существуют две полярные точки зрения. С одной стороны, С. Н. Ваньшин, разработчик отечественной концепции тифлокомментирования и генеральный директор института «Реакомп», считает, что тифлокомментирование не стоит смешивать с переводом, так как «это не перевод, а описание, пояснение для слепых, поэтому выражение “тифлоперевод для слепых” ошибочно и неуместно» [Ваньшин, Ваньшина 2011: 6]. С другой стороны, концепция Р. О. Якобсона, которая уже неоднократно упоминалась в данном исследовании [Jakobson 1959], подразумевает существование не только привычного межъязыкового перевода, но и перевода межсемиотического, что позволяет причислить способы создания медиадоступности к переводу. В своей концепции межсемиотического перевода Р. О. Якобсон предполагает существование перевода вербальных знаков знаками невербальных семиотических систем. Логично предположить возможность существования обратной ситуации, подразумевающей передачу знаков невербальных семиотических систем средствами вербальной семиотической системы, что позволяет считать создание аудиодескрипции и субтитров для глухих и слабослышащих (далее – субтитров SDH) переводом. Данную точку зрения поддерживает М. Моцаж, называя аудиодескрипцию визуально-вербальным переводом, и предлагает применять термины «тифлоперевод» или «аудиодескриптивный перевод» [Моцаж 2014: 197]. И. С. Борщевский обращает внимание на то, что в утвержденном в 2024 году профессиональном стандарте тифлокомментатора в рамках трудовой функции «Тифлокомментирование с применением различных технологий и

видов тифлокомментирования» упоминается необходимое умение «*переводить* визуальную информацию в вербальную форму синхронно с наблюдением объекта тифлокомментирования» (курсив мой – Е. М.) [Борщевский 2026: 64], что в полной мере позволяет рассматривать тифлокомментирование как одно из воплощений перевода. Исходя из этого, И. С. Борщевский предлагает переосмыслить и расширить определение перевода как такового и понимать под этим явлением «процесс передачи информации, при котором вербальные и/или невербальные знаки оригинала заменяются другими знаками, понятными конечному потребителю этой информации» [Там же. С. 65].

Необходимо отметить, что в зарубежной научной литературе медиадоступность традиционно понимается как один из видов АВП, и именно в рамках АВП осуществляется большое количество исследований, посвященных изучению стратегий, тактик и переводческих операций, применяемых в рамках создания аудиодескрипции и субтитров SDH. Д. М. Греко говорит о трех принципиальных сдвигах в изучении медиадоступности, которые прослеживаются в работах исследователей по всему миру: от «партикуляристического» подхода, в рамках которого медиадоступность фокусируется исключительно на представителях отдельных групп (реципиентах с особыми когнитивными потребностями) к «универсалистскому» подходу, который фокусируется на всех реципиентах, независимо от специфики их восприятия аудиовизуального текста, и затем к «проактивному» подходу, в основе которого лежит учет обратной связи от реципиентов уже на стадии создания аудиовизуального произведения [Greco 211–214]. В работах, посвященных изучению медиадоступности как одной из дисциплин в рамках АВП, все три подхода могут применяться как по отдельности, так и в комплексе. Так, И. Гамбье, формулируя собственный подход к пониманию медиадоступности, обращает внимание на существенную вариативность среди реципиентов, нуждающихся в обеспечении доступности к аудиовизуальным произведениям [Gambier 2018:

53–54], что требует комплексного подхода к данному вопросу. Постепенное сближение категорий медиадоступности и АВП наблюдается и в эволюции подходов к пониманию медиадоступности. В 2004 году П. Орейро относит к медиадоступности исключительно субтитры SDH и аудиодескрипцию [Orero 2004: viii]. Позже А. Ремаель отмечает, что границы между понятиями медиадоступности и АВП начинают постепенно размываться [Remael et al. 2016: 256]. Е. В. Александрова относит к переводческим средствам обеспечения медиадоступности аудиодескрипцию (как подготовленную, так и в режиме реального времени); аудиоповествование; расширенную аудиодескрипцию; субтитрирование; создание расширенных субтитров; перевод устной речи в письменный текст; перевод на жестовый язык; перевод на простой и ясный язык; перевод под дублирование и закадровое озвучивание; создание диалоговых и монтажных листов [Александрова 2025: 148]. Отдельные исследователи высказывают еще более радикальную точку зрения, утверждая, что в рамках универсалистского подхода медиадоступность можно рассматривать как обеспечение доступа к медиа для любого человека, который не может или не будет иметь возможности доступа к медиаресурсам в их изначальной форме [Greko, Jankovska 2020: 64]. Данную точку зрения исследователи аргументируют тем, что любой вид АВП – это акт обеспечения доступности медиа независимо от специфики когнитивных потребностей реципиента, таким образом, лингвистическая доступность также может рассматриваться как один из вариантов обеспечения медиадоступности. В результате предлагается рассматривать два типа медиадоступности: основанную на переводе (translation-based) и не основанную на переводе (non translation-based). В рамках данного исследования особый интерес представляет первый тип медиадоступности, так как он, по мнению исследователей, включает не только традиционные для обеспечения доступности виды перевода: подготовленную аудиодескрипцию, «горячую» аудиодескрипцию, расширенную аудиодескрипцию, аудиокомментарий, обогащенные субтитры (включающие

помимо вербального элемента описание невербальной информации), субтитры в режиме реального времени, перевод на жестовый язык, но и традиционно понимаемые как виды АВП и не включаемые в категорию обеспечения медиадоступности дублирование, субтитрирование и закадровое озвучивание [Greko, Jankovska 2020: 69–70].

Необходимо отметить, что подобный универсалистский подход представляется методологически непоследовательным по следующим причинам:

– универсалистская трактовка стирает фундаментальные различия между АВП (ориентированным преимущественно на межъязыковой и межкультурный перенос) и медиадоступностью в узком смысле слова (ориентированной на сенсорные или когнитивные барьеры в восприятии медиа). Включение дублирования, субтитрирования и закадрового перевода в категорию медиадоступности приводит к тому, что стратегии АВП теряют свою специфику: они анализируются вне контекста различий в когнитивной нагрузке, специфики распределения внимания реципиентов традиционных видов АВП и видов, включающих элементы медиадоступности;

– подобный подход рискует ослабить целевые механизмы обеспечения доступности, закрепленные в международном праве и нормативных актах отдельных стран. Универсализация реципиента как «любого человека, который не может или не будет иметь возможности доступа к медиаресурсам в их изначальной форме (включая иностранцев, детей, пожилых без инвалидности и т. п.), может в итоге привести к перераспределению ресурсов в пользу коммерческих видов АВП, что косвенно дискриминирует пользователей с особыми когнитивными потребностями;

– предлагаемый универсалистский подход может со временем превратиться в редукционистский: в этой логике любое медиапотребление может быть объявлено недоступным в своей исходной форме, что в итоге приведет к размытию как понятия медиадоступности, так и понятия АВП.

Представляется, что оптимальным в данной ситуации выходом является применение коммуникативно-функционального подхода и рассмотрение медиадоступности именно через призму стратегии переадресации. Несомненно, доступ к аудиодескрипции и субтитрам SDH, которые находятся в фокусе внимания данного исследования, открыт не только для реципиентов с особыми когнитивными потребностями, но и для всех, кто по какой-либо причине не может в определенный момент времени воспринимать аудиовизуальное произведение посредством всех перцептивных каналов. Это могут быть реципиенты, едущие в метро и просматривающие медиаконтент на телеэкранах, размещенных в вагонах. В этих случаях аудиовизуальные произведения демонстрируются без звука и с субтитрами SDH, так как звук может мешать другим пассажирам, а шум поезда не позволит снизить громкость этого звука до комфортных для всех значений. Это могут быть реципиенты, которые по какой-либо причине не имеют возможности смотреть на экран и используют аудиодескрипцию – домохозяйки, совмещающие просмотр с домашними делами, водители-дальнобойщики, которым необходимо смотреть на дорогу и т. п. Однако основными реципиентами такого рода контента становятся именно зрители с особыми когнитивными потребностями, а стратегия переадресации предоставляет им возможность получать зрительский опыт, сопоставимый с опытом, который получают зрители, потребляющие аудиовизуальные произведения, локализованные в рамках стратегии коммуникативно-равноценного перевода. Таким образом, рассмотрение тактик создания медиадоступности предлагается осуществить с точки зрения их роли в реализации стратегии переадресации.

4.3.2.1. Тактики объективного и субъективного описания

Все реципиенты, независимо от специфики восприятия аудиовизуального произведения, хотят получать сравнимый эмоционально-когнитивный опыт от просмотра аудиовизуальных произведений. Основной вопрос, которым должен задаться переводчик, осуществляющий свою

профессиональную деятельность в сфере обеспечения медиадоступности: что и как описать, чтобы компенсировать неполноту восприятия аудиального или визуального компонента посредством осуществления вербального визуального или аудиального описания отдельных элементов аудиовизуального произведения. Учет всех модусов и субмодусов полимодального аудиовизуального текста при переводе в рамках коммуникативно-равноценного перевода сменяется более сложной задачей: выбором тех выпадающих из процесса восприятия модусов и субмодусов, которые необходимо описать. В идеале в процессе переадресации аудиовизуального произведения для потребителей с особыми когнитивными потребностями переводчик прикладывает максимум усилий для восстановления диегезиса аудиовизуального произведения путем внесения в текст элементов, которые не предполагались бы в ситуации применения стратегии коммуникативно-равноценного перевода. Ситуация осложняется тем, что у переводчика нет возможности раздвинуть рамки хронометража исходного аудиовизуального произведения. Субтитры SDH, несмотря на необходимость передачи не только лингвистических, но и паралингвистических аудиальных элементов, подчиняются тем же ограничениям, что и обычные субтитры: скорость чтения, длина строки, пересечение границ кадров и т. п. При создании аудиодескрипции переводчик вынужден вписываться в промежутки между репликами персонажей, чтобы восполнить визуальные модусы и субмодусы, восприятие которых недоступно реципиенту с нарушениями зрения. В результате в процессе применения стратегии переадресации основная задача переводчика – отбор тех элементов аудиовизуального произведения, которые необходимо включить в описание.

Необходимо отметить, что в настоящий момент существует большое количество документов, регламентирующих процессы создания субтитров SDH и аудиодескрипции (тифлокомментирования), в которых довольно подробно разбираются принципы создания различного вида описаний.

Например, в рекомендациях компании Netflix по созданию субтитров SDH указаны следующие требования:

– скорость чтения по сравнению с обычными субтитрами может быть увеличена до 20 знаков в секунду для взрослых и 17 знаков в секунду для детей;

– в описание предлагается включать максимальное количество информации, не упрощая исходные реплики, а в случае наличия локализованного перевода под дублирование или закадровое озвучивание соотносить свои переводческие решения с уже предложенными вариантами, функционирующими в озвученном аудиовизуальном произведении;

– в текст субтитров необходимо вносить указание на то музыкальное произведение, которое звучит с экрана, а тексты песен вносятся в субтитры с пометой «♪»;

– в квадратных скобках необходимо указывать идентифицирующие признаки персонажей, описание фоновой музыки, звуковых эффектов, которые важны для понимания сюжета сцены;

– описание рекомендуется максимально детализировать, использовать наречия при описании звуков и музыки, описывать характеристики голосов, скорость речи, громкость музыки;

– описывать аудиальный рад в тесной взаимосвязи с визуальным рядом [Netflix 2025].

Аналогичные рекомендации также включены в ГОСТ, определяющий общие технические требования к созданию субтитров для инвалидов по слуху. В дополнение к указанным выше рекомендациям отдельно указывается на возможность включения в описание интерпретации эмоций персонажей и пояснения средств создания образности: «5.15.1 Если говорящего нет на экране или изображение не позволяет оценить эмоциональное состояние героя, или герой говорит шепотом, должна быть сделана ремарка с описанием эмоции. 5.15.2 При необходимости и

возможности в конце реплики рекомендуется дать пояснение игры слов, каламбура» [ГОСТ Р 57763–2017: 7].

Что касается аудиодескрипции, то в этом случае также существуют довольно детальные рекомендации по составлению описания для незрячих и слабовидящих зрителей, которые регламентируют те элементы диегезиса, которые должны быть компенсированы в процессе переадресации аудиовизуального произведения зрителям с особыми когнитивными потребностями. Например, в пособии института «Реакомп» основные правила тифлокомментирования описываются следующим образом [Ваньшин, Ваньшина 2011: 41]:

– говорите то, что вы видите;
– не говорите того, чего вы не видите;
– начинайте с общего, а затем переходите к частному;
– не затмевайте комментарием работу актеров;
– говорите понятно для окружающих;
– говорите короткими предложениями и фрагментами;
– описывайте действия, указывающие на то или иное эмоциональное состояние, вместо констатации самого эмоционального состояния;
– описывайте персонажей так, как они выглядят, избегая стереотипного отношения к ним;
– не используйте информацию, которой пока не было в самой пьесе или фильме. К примеру, не называйте персонажей по именам до того, как они были представлены зрителю.

Довольно подробно требования к аудиодескрипции описаны компанией Netflix, где особое внимание обращается на необходимость передавать сюжетно-важную и характерообразующую визуальную информацию, использовать здравый смысл и учитывать жесткие временны́е ограничения [Netflix 2023]. В целом все требования к описанию в процессе создания аудиодескрипции сводятся к следующим пунктам:

– кто: персонажи; одежда и стиль; язык тела; физические данные; возраст; выражение лица;

– где: места, декорации/интерьер, атмосфера, внутреннее убранство и т. д., смена мест;

– когда: временные рамки: прошлое, настоящее, будущее; время года и время суток;

– что: происходящие действия; перемещения; любые видимые, но беззвучные реакции (которые часто представляют собой наиболее важную часть описания) [Александрова 2023: 158].

При условии четко регламентированных технических требований к описанию при создании субтитров SDH и аудиодескрипции основным критерием отбора тактики описания выступает то, каким образом строится такое описание. В своих исследованиях Ф. Бардини выделяет две тактики создания медиадоступности, которые могут эффективно применяться в рамках стратегии переадресации:

1) четкое следование стандартным требованиям = объективное описание того, что происходит на экране;

2) отступление от требований с целью передачи эстетического и смыслового содержания аудиовизуального произведения = субъективное описание того, что происходит на экране и как это происходит или интерпретация смысловых доминант аудиовизуального произведения и свободный пересказ [Bardini 2015].

Таким образом, Ф. Бардини выделяет три различных стиля создания аудиодескрипции [Там же]:

1) денотативный стиль – традиционная аудиодескрипция, в рамках которой переводчик следует стандартным требованиям описания видеоряда, описывая то, что происходит на экране, на денотативном уровне;

2) кинематографический стиль – при создании аудиодескрипции переводчик балансирует между передачей кинематографического языка и денотативным описанием;

3) нарративный стиль – переводчик фокусируется на интерпретации ключевых смыслов аудиовизуального произведения и осуществляет перевод-пересказ.

В результате в рамках стратегии переадресации в АВП функционируют две разновекторные тактики: тактика объективного описания и тактика субъективного описания. Необходимо отметить, что среди специалистов, занимающихся изысканиями в области медиадоступность, нет единого мнения относительно использования той или другой из указанных тактик. Так, в одних материалах, посвященных технологии создания медиадоступности (в основном это касается аудиодескрипции), высказывается мнение о недопустимости применения тактики субъективного описания, так как реципиент должен иметь возможность трактовать те или иные семиотические знаки, описанные в рамках создания медиадоступности. Необходимость применения тактики объективного описания аргументируется тем, что в процессе создания описания необходимо позволить зрителям формировать свое собственное мнение и делать свои собственные выводы относительно сюжета и смыслов аудиовизуального произведения, эмоционального состояния персонажей: «Если вы решили, что персонаж зол, опишите, что привело вас к такому выводу – жесты, выражение лица персонажа. Настроение, мотивы или ход мысли персонажа увидеть невозможно, поэтому их не следует включать в описание» [Audio Description Coalition 2009: 2]. В более современных исследованиях авторы постепенно начинают допускать использование тактики субъективного описания. Смена фокуса объясняется получением обратной связи от реципиентов таких описаний, по мнению которых «яркие и сочные описания делают фильм более увлекательным, помогают зрителям глубже понять мотивации персонажей и облегчают восприятие сюжета» [Szarkowska 2013: 383]. Исследования также показывают, что такого рода креативная аудиодескрипция способствует большему погружению реципиентов в контекст аудиовизуального произведения, создает эффект присутствия, в

особенности для реципиентов, которые потеряли зрение в более позднем возрасте [Walczak, Fryer 2017: 6]. Так как обе указанные тактики на данном этапе активно применяются как по отдельности, так и в комплексе, в данном разделе они будут рассмотрены вместе, что позволит четче сопоставить переводческие операции, применяемые в процессе использования обеих тактик.

Исходя из возможности комбинировать в процессе создания медиадоступности тактики объективного и субъективного описания, Ф. Бардини предлагает типологию переводческих операций, которые могут применяться в целях реализации указанных тактик. Данная типология (см. таблицу 4.3) выстроена на базе типологии переводческих операций Л. Молины и А. Уртадо Альбира, о которой уже шла речь в разделе 4.1.

Таблица 4.3

Классификация переводческих операций,
применяемых при аудиодескрипции [Bardini 2020: 286–287]

Переводческая операция	Описание	Соответствие таксономии Молины и Уртадо
Амплификация	Введение дополнительных деталей, которых не было в ИТ	Амплификация
Редукция	Краткое описание отдельного элемента или фрагмента видеоряда	Редукция
Генерализация	Использование обобщенного или поверхностного описания	Генерализация
Партикуляризация	Использование точного термина для описания специфического элемента ИТ	Партикуляризация
Компенсация	Описание отдельных элементов до или после того, как они появляются на экране	Компенсация
Субституция	Интерпретация экстралингвистических элементов (жестов, выражений лиц и т. п.)	Субституция
Адаптация	Замена культурно-маркированного элемента ИТ на культурно-маркированный элемент целевой культуры (доместикация)	Адаптация
Иконическое описание	Денотативная аудиодескрипция	Буквальный перевод

Продолжение таблицы 4.3

Интегральное иконическое описание	Описание известных всем элементов вместо использования их наименований, описание языка тела вместо его интерпретации	Описательный перевод
Переводческая операция	Описание	Соответствие таксономии Молины и Уртадо
Техническое описание	Использование технической терминологии в соответствии с природой описываемого ИТ (например, наименований кинематографических приемов)	Калькирование
Когнитивное описание	Интерпретация образа или кинематографического приема	Перевод эквивалентом
Креативное описание	Интерпретация ИТ на коннотативном уровне	Дискурсивное творчество
Модуляция	Логическое развитие смысла для того чтобы донести смысл сообщения, изменив угол или точку зрения	Модуляция
Вариация	Отклонение от нейтрального стандартного языка в описании	Вариация

Необходимо отметить, что с точки зрения обеспечения доступности всех реципиентов к аудиовизуальным произведениям, тактики объективного и субъективного описания могут применяться в любой из описанных в данном исследовании КСВАП. Однако опыт показывает, что в основном тактики описания используются в КСАВП-1 и КСАВП-2, что объясняется ограничениями ресурса в области создания медиадоступности. Необходимо отметить, что в данном исследовании не рассматриваются тактики создания медиадоступности, реализуемые с использованием жестового языка.

В рамках данного исследования рассмотрим переводческие операции, участвующие в реализации тактик объективного и субъективного описания в рамках КСАВП-1. В качестве материала выступит художественный фильм «Гарри Поттер и философский камень» (Harry Potter and the Philosopher's Stone) [Columbus 2001] – первая часть саги о Гарри Поттере, мальчике-волшебнике, обучающемся вместе со своими друзьями в Школе чародейства и волшебства «Хогвартс» и вступающим в неравную схватку с воплощением

зла Лордом Воланд-де-Мортом. Ниже будут проанализированы переводческие операции, способствующие реализации рассматриваемых тактик в англоязычной и русскоязычной аудиодескрипции. Важно отметить, что русская аудиодескрипция не является переводом английской.

В целом анализ фрагмента фильма, снабженного аудиодескрипцией на английском и русском языках, показывает, что российские переводчики более склонны к использованию тактики объективного описания, тогда как англоязычное описание более субъективно. Так, в англоязычном описании довольно часто употребляются наречия, описывающие образ действий персонажей, тогда как в русском описании переводчики ограничиваются указанием на действия персонажей: *«A plump tabby cat sitting on a walk turned head curiously». – «За ним наблюдает сидящая на тротуаре кошка»*. В англоязычном описании применена операция интегрального иконического описания: кошка описана намного более подробно и красочно, чем в русском варианте (*plump tabby cat* – упитанная полосатая кошка), а язык тела интерпретируется с точки зрения испытываемой кошкой эмоции (*turned head curiously* – повернула голову и с любопытством посмотрела). В русском примере описания той же сцены переводчики ограничились лаконичным иконическим описанием. Аналогичные переводческие операции были предприняты при описании сцены общения Гарри Поттера с питоном в зоопарке: «*Harry looks at the snake sympathetically». – «Гарри остается один около питона».* И снова в англоязычном описании применяется тактика субъективного описания – выражение лица и взгляд Гарри интерпретируется как *sympathetically* – с симпатией, с пониманием. В русскоязычной аудиодескрипции переводчики применяют тактику объективного описания и дают указание на то, где находится персонаж.

С одной стороны, использование тактики субъективного описания делает аудиодескрипцию ярче и выразительнее. С другой стороны, использование тактики объективного описания предоставляет переводчику больше возможностей для указания на отдельные детали видеоряда, которые

подробно описываются посредством операции иконического описания: *«The old gentleman walks along the pavement and stops beneath the streetlight In his hand he holds a small metal object which he flicks open». – «Мужчина поднимает руку, удерживающую предмет, похожий на большую, серебряную, цилиндрическую зажигалку с отделанной малахитом рукояткой».* В англоязычном описании специальный прибор делюминатор, разработанный директором Школы чародейства и волшебства «Хогвартс» Альбусом Дамблдором, описывается как *a small metal object* – маленький металлический предмет, в то время как в русскоязычном описании делюминатор описан намного более подробно: «*предмет, похожий на большую серебряную цилиндрическую зажигалку с отделанной малахитом рукояткой».* Несмотря на применение тактики объективного описания, в сознании зрителя возникает более полный и яркий образ, что способствует более глубокому погружению в волшебный мир фильма. Похожий прием использован при описании сцены, когда к дому опекунов Гарри слетаются совы и филины, которые должны передать Гарри письмо о его зачислении в «Хогвартс»: *«An owl drops another letter which flies in the letterbox at № 4». – «Полярный филин пролетает над домом приемной семьи Гарри. Выпущенный из когтей конверт влетает точно в почтовую щель на входной двери».* Несмотря на то, что в обоих примерах применена тактика объективного описания, обилие подробностей в русскоязычной версии снова делает аудиодескрипцию более интересной.

Интересно отметить, что наибольшей привлекательностью обладают те фрагменты описания, в которых обе тактики использованы в комбинации. С одной стороны, сцена описывается довольно подробно, с другой стороны, дополнительные детали, включенные в описание с применением операций когнитивного и креативного описания, делают зрительский опыт ярче и насыщеннее: *«Inside the house Harry watches helplessly as his uncle burns the envelopes one by one. Vernon smiles at him sadistically as he pokes the fire and the flame turns the letters to ashes». – «В освещенной настольными лампами*

комнате дядя бросает конверты в огонь камина, увидев подошедшего Гарри, злорадно улыбается». В обоих случаях тактики объективного и субъективного описания применены в комплексе, однако выбор слов для описания сцены делает англоязычное описание более красочным: «*Harry watches helplessly»* – Гарри беспомощно наблюдает*, «Vernon smiles at him sadistically»* – Вернон смотрит и садистки улыбается, *«the flame turns the letters to ashes»* – пламя превращает конверты в золу. В русскоязычном описании выражение дяди Вернона, сжигающего письма, адресованные Гарри, также интерпретируется (*«злорадно улыбается»*), однако в англоязычном описании тактики объективного и субъективного описания сбалансированы более эффективно.

Необходимо также отметить, что в обоих описаниях также удачно применяется прием технического описания, когда для большего понимания происходящего на экране переводчики поясняют отдельные кинематографические приемы и описывают спецэффекты: *«The cat meows, sniffs out and the camera pans back to a wall. The cat's shadow is seen progressing into a human». – «Силуэт сидящей кошки, удлиняясь, превращается в женщину».* Пояснение специфики операторской работы способствует пониманию происходящего на экране. Из русскоязычной аудиодескрипции не ясно, каким образом силуэт кошки превратился в женщину. В англоязычном варианте все описано довольно точно: в кадре видна тень кошки, падающая на стену, и именно эта тень вырастает, меняет форму, и кошка превращается в женщину – профессора трансфигурации Минерву Макгонагалл. Аналогичный прием применяется в русскоязычной аудиодескрипции при описании вступительных титров: *Harry Potter And The Philosopher's Stone – «Шрам начинает светиться, заливая всё золотым светом. Свет, сгущаясь, превращается в название фильма "Гарри Поттер и философский камень"».* Учитывая тот факт, что хронометраж данного эпизода позволяет сделать описание более подробным, вариант русскоязычной аудиодескрипции представляется более удачным.

Таким образом, стратегия переадресации в инклюзивном АВП представляет собой целенаправленную адаптацию аудиовизуального произведения для реципиентов с особыми когнитивными потребностями, позволяющую компенсировать ограничения восприятия отдельных модусов и субмодусов аудиовизуального текста и приблизить коммуникативный и эмоционально-когнитивный опыт таких реципиентов к опыту изначально планировавшейся общей целевой аудитории. В рамках данной стратегии тактики объективного и субъективного описания выступают основными способами актуализации профессионального поведения переводчика при создании аудиодескрипции (тифлокомментирования) и субтитров SDH. Тактика объективного описания (денотативный стиль в интерпретации Ф. Бардини) ориентирована на точную, нейтральную фиксацию визуальных и аудиальных элементов в соответствии с общепринятыми профессиональными рекомендациями («говори то, что видишь»). Она обеспечивает реципиенту максимальную свободу собственной интерпретации событий, персонажей и смыслов, минимизируя риск навязывания переводчиком субъективного прочтения аудиовизуального контекста. Тактика субъективного описания (кинематографический и нарративный стили в интерпретации Ф. Бардини) предполагает интерпретацию смыслов, эмоций, атмосферы и кинематографических приемов, что усиливает вовлеченность реципиентов и более полное эмоциональное погружение в процесс потребления аудиовизуального произведения.

Сопоставительный анализ англоязычной и русскоязычной аудиодескрипции показывает, что российская традиция тифлокомментирования в большей степени тяготеет к тактике объективного описания и использованию операций иконического и/или интегрального иконического описания, стремясь к максимальной детализации визуально значимых элементов. Англоязычная аудиодескрипция чаще прибегает к субъективным приемам когнитивного и креативного описания, смыслового

развития, использования оценочных наречий, делая текст более выразительным и эмоционально насыщенным. При этом наиболее эффективными оказываются комбинированные решения, в которых точность иконического описания дополняется элементами интерпретации, что позволяет одновременно сохранять объективность и повышать эстетическую и эмоциональную ценность описания. Таким образом, тактики объективного и субъективного описания не являются взаимоисключающими, а представляют собой гибкий инструментарий, позволяющий оптимально балансировать между верностью исходному визуальному тексту и обеспечением полноценного эстетического переживания. Их осознанное комбинирование способствует повышению качества инклюзивного АВП и более эффективной реализации стратегии переадресации в современных условиях создания медиадоступности.

Выводы по главе 4

1. Термин «стратегия перевода» неоднозначен и трактуется в зависимости от базового научного подхода к пониманию данного явления. В рамках лингвистического продуктоориентированного подхода в центре внимания находится манипуляция языковым материалом в целях получения текста как результата переводческой деятельности. В соответствии с данным подходом выделяются микростратегии как инструмент принятия, описания и сравнения конкретных переводческих решений, но не вскрываются процессы, протекающие за рамками сопоставления текстов оригинала и перевода. В контексте когнитивного проблемно-ориентированного подхода стратегии перевода понимаются как процедуры, применяемые для решения переводческих проблем. Данный подход подчеркивает эвристическую и динамическую природу процесса перевода, но не дает ответа на вопрос, как действовать переводчику, столкнувшемуся с конкретной проблемой, что ограничивает прогностический потенциал данного подхода. В рамках коммуникативно-функционального телеологически ориентированного подхода перевод рассматривается не как механический лингвистический процесс, а как целенаправленная деятельность, подчиненная достижению конкретной цели. В рамках этой парадигмы стратегия перевода, представляющая собой глобальный план осуществления профессиональной деятельности переводчика, определяется целью и спецификой коммуникативной ситуации, которые задают направление и принципы всей дальнейшей работы. Без такой гибкой стратегической организации телеологическая деятельность теряет эффективность, превращаясь в неподготовленную импровизацию, потому что именно стратегия трансформирует абстрактную цель в реальный коммуникативный успех ситуации с использованием перевода.

2. Компоненты стратегии перевода с точки зрения коммуникативно-функционального телеологического подхода включают ориентирование в

ситуации, формулирование цели, прогнозирование и планирование (В. В. Сдобников). К указанным компонентам необходимо добавить контроль, причем не как периферийный сквозной процесс или финальную точку, завершающую процесс перевода, а как неотъемлемый, динамический компонент стратегии перевода. Контроль превращает планирование и реализацию стратегии перевода в адаптивный процесс, позволяющий реагировать на непредвиденные трудности и отклонения от поставленной цели перевода. Таким образом, контроль над меняющейся ситуацией и своевременное внесение корректив в профессиональное поведение позволяет переводчику успешно осуществить свою деятельность в рамках заранее заданной коммуникативной ситуации.

3. Таксономии стратегий аудиовизуального перевода, разработанные в рамках лингвистического продуктоориентированного и когнитивного проблемно-ориентированного подхода, не описывают общий план действия аудиовизуального переводчика, а предлагают варианты готовых решений, представляя собой дескриптивный анализ уже готового продукта. Более того, в рамках когнитивных инструментальных исследований стратегий перевода акцент изначально смещен на изучение влияния отобранной стратегии перевода на восприятие этого перевода реципиентом, а не на процесс принятия переводческого решения.

4. Стратегия аудиовизуального перевода с позиций коммуникативно-функционального подхода – это динамическая, многоуровневая программа профессиональной деятельности аудиовизуального переводчика (или команды локализации), которая включает ориентирование в коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода, формулирование и корректировку цели перевода, прогнозирование возможных изменений внешних параметров, детальное планирование процесса перевода и непрерывный или дискретный контроль результатов этого процесса. Стратегия направлена на достижение коммуникативной цели в конкретной ситуации перевода полимодального аудиовизуального

произведения и учитывает специфику коммуникативной ситуации, требования инициатора перевода, а также необходимость обеспечить адекватное воздействие на целевую аудиторию языка перевода и получить коммуникативный результат в форме обеспечения комфортного потребления аудиовизуального продукта.

5. В качестве операторов стратегии коммуникативно-равноценного перевода в коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода предлагается шесть тактик, выделенных с учетом полимодальности аудиовизуального текста, особенностей его локализации, специфики прагматической коммуникативной задачи перевода и задачи сохранения нарративной целостности аудиовизуального произведения. Тактика передачи релевантной информации подразумевает максимальное сохранение смыслового содержания аудиовизуального текста для достижения цели коммуникативной ситуации и создания планируемого коммуникативного эффекта без значительных сокращений, опущений или упрощений текста перевода. Тактика компрессии информации заключается в сознательном отборе и сокращении исходного вербального материала посредством переводческих операций опущения, сокращения и упрощения. Тактика артикуляционно-кинесической синхронизации применяется в целях создания артикуляционной (липсинк), мимической (изохрония) и кинесической синхронизации текста перевода с диегезисом оригинального аудиовизуального произведения. Тактика создания псевдоустности состоит в искусственном воссоздании разговорного характера тщательно спланированной, написанной в сценарии и предназначенной для исполнения актерами речи. Тактика транскреации заключается в принятии нетипичных переводческих решений, полученных в процессе творческого поиска, и может состоять в применении трансадаптации и транскультурации – частных и более узких тактических схем реализации основной тактики транскреации. Тактика сохранения вселенной аудиовизуального произведения применяется

с целью поддержания целостности и когерентности фикционального мира аудиовизуального произведения.

6. В рамках стратегии переадресации в аудиовизуальном переводе обеспечивается медиадоступность, состоящая в целенаправленной адаптации аудиовизуального произведения для реципиентов с особыми когнитивными потребностями (нарушениями зрения и слуха), позволяющей компенсировать ограничения восприятия отдельных модусов и субмодусов аудиовизуального текста и приблизить коммуникативный и эмоционально-когнитивный опыт таких реципиентов к опыту изначально планировавшейся общей целевой аудитории. Основными способами актуализации профессионального поведения переводчика в контексте данной стратегии становятся тактики объективного и субъективного описания. Тактика объективного описания ориентирована на точную, нейтральную фиксацию визуальных и аудиальных элементов в соответствии с общепринятыми профессиональными рекомендациями («говори то, что видишь»). Тактика субъективного описания предполагает интерпретацию смыслов, эмоций, атмосферы и кинематографических приемов, что усиливает вовлеченность реципиентов с особыми когнитивными потребностями и обеспечивает более полное эмоциональное погружение в процесс потребления аудиовизуального произведения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Аудиовизуальный перевод – одна из наиболее динамично развивающихся и востребованных областей переводческой деятельности, напрямую отражающая вызовы и возможности глобального медиапространства. Бурное развитие технологий кинопоказа, появление новых интернет-медиаплатформ, радикально изменивших модели создания, трансляции и потребления аудиовизуального контента, развитие индустрии видеоигр – все это приводит к значительному увеличению количества аудиовизуальных произведений, требующих перевода на различные языки. В условиях необходимости осуществлять перевод полимодальных аудиовизуальных текстов, в которых вербальные модусы тесно переплетаются с визуальным, аудиальным, ольфакторным и кинестетическим, традиционные подходы к выполнению письменного или устного перевода не всегда доказывают свою эффективность. Таким образом, учет сущностных полимодальных характеристик аудиовизуального текста, специфики коммуникативных ситуаций аудиовизуального перевода и совокупности переводческих стратегий и тактик, применяемых в процессе осуществления данного вида перевода, обсуловливает необходимость создания комплексной концепции аудиовизуального перевода.

В качестве научной проблемы специфика аудиовизуального перевода представляет собой весьма перспективный и многогранный объект изучения. Об этом свидетельствует обширный корпус научных работ, накопленный как в зарубежном, так и в отечественном переводоведении за последние 25 лет. Исследования, посвященные данному виду перевода, проводятся в рамках различных научных парадигм: лингвистической, функциональной, когнитивной, семиотической, что подчеркивает междисциплинарный характер данной области исследований. Но несмотря на широкий спектр подобных исследований и растущий интерес к проблематике, до настоящего времени в отечественном переводоведении не было разработано целостной,

системной концепции, позволяющей учесть коммуникативную природу аудиовизуального перевода, а также технологическую сложность и высокую вариативность данного объекта исследования. Существующие отечественные работы преимущественно носят фрагментарный характер: они фокусируются на лингвистическом продуктоориентированном подходе и редко предлагают интегрированный подход, учитывающий специфику профессионального поведения аудиовизуального переводчика и телеологический коммуникативный характер его деятельности. Настоящее диссертационное исследование в определенной степени восполняет данный пробел и рассматривает в качестве методологической основы для исследования аудиовизуального перевода коммуникативно-функциональную концепцию как систему взаимосвязанных и взаимозависимых параметров интерпретации сущностных характеристик полимодального гетеросемиотического текста как коммуникативного объекта, учитывающую компоненты коммуникативной ситуации такого типа перевода, технологические особенности и условия осуществления переводческого процесса, стратегически-тактические виды деятельности аудиовизуального переводчика.

Данное диссертационное исследование проводилось в несколько этапов. На первом этапе стояла задача рассмотреть специфику аудиовизуального текста как объекта перевода. В результате было доказано, что аудиовизуальный текст следует рассматривать не как вербальный конструкт, сопровождаемый невербальными аудиальными и визуальными знаками в качестве вспомогательного ресурса, а как семиотически гетерогенное сложноорганизованное полимодальное единство. Таким образом, сугубо лингвистический подход к проблеме перевода аудиовизуального текста не позволяет в равной степени учесть смыслы, порождаемые и актуализируемые посредством совокупности вербальных и невербальных модусов.

На следующем этапе фокус внимания был ориентирован на генезис аудиовизуального перевода, чтобы выяснить, каким образом процесс становления и развития кинематографа и моделей потребления аудиовизуального контента повлиял на современное состояние аудиовизуального перевода и состояние науки о переводе. Была составлена классификация видов аудиовизуального перевода с учетом синхронности/асинхронности его осуществления и функционирования аудиовизуального произведения в рамках одной или нескольких медиаплатформ. К синхронным устным видам аудиовизуального перевода отнесены синхронный и последовательный аудиовизуальный перевод и «горячий» тифлокомментарий (аудиодескрипция). К синхронным письменным видам аудиовизуального перевода отнесено «живое» субтитрирование. К асинхронным видам аудиовизуального перевода, локализуемым в письменной форме, отнесены субтирирование, суртитрирование и субтитры для глухих и слабослышащих зрителей, а также подготовка диалоговых и монтажных листов. К асинхронным видам аудиовизуального перевода, локализуемым в устной форме, отнесены разные виды дублированного и закадрового озвучивания, а также подготовленный тифлокомментарий (аудиодескрипция).

В результате анализа переводческой практики в дополнение к указанной классификации был выделен комплексный интегративный вид аудиовизуального перевода – перевод трансмедийных проектов, в которых полимодальное повествование разворачивается параллельно или последовательно на нескольких независимых медиаплатформах, объединенных общей вселенной, что в результате требует особого подхода к переводу таких проектов. Также особое внимание было уделено специфике соотношения понятий «аудиовизуальный перевод» и «локализация». Был сделан вывод, что локализация подразумевает под собой весь технологический процесс работы с аудиовизуальным текстом на языке

оригинала и языке перевода и включает в себя подготовительный, переводческий и технологический этапы.

На следующем этапе перед автором работы стояла задача рассмотреть сущность коммуникативно-функционального подхода к аудиовизуальному переводу и выявить специфику организации обратной связи в рамках коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода. В контексте данного подхода тексты оригинала и перевода рассматриваются как инструменты коммуникации, способствующие достижению целей коммуникантов, обусловленных спецификой их предметной деятельности. Функции таких текстов зависят от специфики коммуникативной ситуации перевода, а критерием качества перевода становится степень успешности предметной деятельности коммуникантов.

Коммуникация в процессе создания, перевода и потребления аудиовизуального произведения имеет трансакционный характер, что подразумевает возможность установления разновекторных динамичных связей между участниками процесса коммуникации: инициатором перевода, переводчиком и реципиентом. Такая связь может иметь преднамеренный и непреднамеренный характер и быть как непосредственной, так и опосредованной. Непреднамеренная опосредованная обратная связь представляет собой косвенные поведенческие индикаторы реакции аудитории, которые не выражаются напрямую, но отражаются через рыночные или статистические метрики. Преднамеренная непосредственная обратная связь осуществляется в формате тестовых показов аудиовизуальных произведений. Непреднамеренная непосредственная связь осуществляется посредством асинхронных и синхронных пользовательских комментариев, размещаемых на базе различных интернет- и медиаплатформ.

Таким образом, в данном исследовании одним из ключевых следует считать вывод о необходимости смещения фокуса внимания в контексте исследования аудиовизуального перевода с изучения отдельно взятых аудиовизуальных произведений на комплексное исследование специфики

коммуникативной ситуации, в которой данный перевод осуществляется, воспринимается и интерпретируется, с учетом позиций не только переводчика и реципиента, но и инициатора перевода. Такой подход позволит сократить коммуникативные разрывы в триаде «инициатор перевода – переводчик – реципиент», в особенности разрывы между производителями контента и получателями перевода, находящимися в противоположных частях спектра создания и производства аудиовизуального контента.

Закономерным этапом данного исследования стало изучение специфики коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода, которая представляет собой динамическую систему условий и факторов, обеспечивающих процесс межъязыковой и интерсемиотической коммуникации. Эта коммуникация опосредуется комплексом ключевых модусов, актуализируемых через различные перцептивные каналы. Моделирование параметрической структуры коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода позволило доказать, что процесс трансформации аудиовизуального текста и коммуникативный эффект, производимый на целевую аудиторию, напрямую зависят от первичных и вторичных параметров коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода. Данные парамеры включают роль инициатора перевода, цель перевода, специфику целевой аудитории, тип локализации аудиовизуального произведения, характер отношений между коммуникантами, условия осуществления неречевой деятельности субъектов коммуникации, тип и форму контакта, расположение коммуникантов и характер обратной связи.

В рамках исследования также была разработана типология коммуникативных ситуаций аудиовизуального перевода. Основным типологическим признаком, позволяющим дифференцировать различные коммуникативные ситуации с использованием аудиовизуального перевода, стал формат переводимого аудиовизуального произведения. Анализ переводческого опыта и различных типологий форматов и жанров

аудиовизуальных произведений позволил выделить восемь коммуникативных ситуаций аудиовизуального перевода в соответствии с коммуникативно-функциональными характеристиками каждого формата: КСАВП художественных аудиовизуальных произведений; КСАВП документальных аудиовизуальных произведений; КСАВП информационно-аналитических аудиовизуальных произведений; КСАВП обучающих аудиовизуальных произведений; КСАВП рекламных аудиовизуальных произведений; КСАВП рекреационных аудиовизуальных произведений; КСАВП видеоигр; КСАВП пользовательского контента.

Ключевые параметры КСАВП, рассмотренных данной работе, были описаны на основании функциональных характеристик, выделенных для каждого из форматов. Одни параметры коммуникативной ситуации являются универсальными для всех КСАВП, другие параметры уникальны для конкретных КСАВП и оказывают существенное влияние на результат перевода и локализации. Часть параметров была признана нерелевантными, так как они не зависят от конкретной КСАВП и не становятся определяющими при принятии переводческого решения.

На следующем этапе данного исследования стояла задача дать определение стратегии аудиовизуального перевода в свете коммуникативно-функционального телеологически ориентированного подхода. Учитывая тот факт, что стратегия перевода в соответствии с коммуникативно-функциональным подходом рассматривается как системный инструмент, генеральный план осуществления переводческой деятельности, предопределяющий профессиональное поведение переводчика в конкретной коммуникативной ситуации перевода, под стратегией аудиовизуального перевода понимается динамическая, многоуровневая программа профессиональной деятельности аудиовизуального переводчика, которая включает ориентирование в коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода, формулирование и корректировку цели перевода, прогнозирование возможных изменений внешних параметров коммуникативной ситуации,

детальное планирование процесса перевода и непрерывный или дискретный контроль результатов этого процесса.

Финальным этапом данного диссертационного исследования стала разработка типологии тактик аудиовизуального перевода как средств реализации стратегии перевода в различных коммуникативных ситуациях аудиовизуального перевода. В качестве инструментов реализации стратегии коммуникативно-равноценного перевода в коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода было выделено шесть тактик: тактика передачи релевантной информации, тактика компрессии информации, тактика артикуляционно-кинесической синхронизации, тактика создания псевдоустности, тактика транскреации и тактика сохранения вселенной аудиовизуального произведения. В рамках стратегии переадресации, применяющейся в контексте создания медиадоступности, выделены тактики объективного и субъективного описания.

Представленная выше логика решения поставленных задач позволила получить следующие научные результаты, свидетельствующие о новизне использованного в данной диссертации подхода:

- создана коммуникативно-функциональная концепция аудиовизуального перевода – система взаимосвязанных и взаимозависимых параметров интерпретации сущностных характеристик полимодального гетеросемиотического текста как коммуникативного объекта, учитывающая компоненты коммуникативной ситуации такого вида перевода, технологические особенности и условия осуществления переводческого процесса, стратегически-тактические виды деятельности аудиовизуального переводчика (планирование им собственной деятельности с учетом комплексного характера локализации аудиовизуальных произведений, отбор переводческих стратегий, тактик и переводческих операций в условиях разнообразия коммуникативных ситуаций переводческой деятельности).
- доказано, что аудиовизуальный текст представляет собой сложную полимодальную гетеросемиотическую коммуникативную систему.

Порождение и актуализация смыслов в аудиовизуальном тексте производится за счет совокупности семиотических модусов и субмодусов, транслируемых и воспринимаемых посредством различных перцептивных каналов и денотирующих и коннотирующих смысловое наполнение аудиовизуального текста за счет соединения в различных комбинациях. Модусы рассматриваются не как ограничения, осложняющие непосредственную работу переводчика с аудиовизуальным текстом, а как коммуникативные элементы текста, образующие сложное семиотическое единство и оказывающие комплексный коммуникативный эффект на реципиента;

- доказано, что аудиовизуальный перевод представляет собой трансакционный коммуникативный процесс, предусматривающий не только пассивное, но и активное потребление контента реципиентом перевода, выражающееся в установлении разнонаправленных динамичных связей между актантами коммуникативной ситуации. Такая обратная связь может быть преднамеренной и непреднамеренной, опосредованной и непосредственной и позволяет нивелировать коммуникативные разрывы в триаде «инициатор перевода – переводчик – реципиент».

- составлена классификация видов аудиовизуального перевода по трем основаниям: характеристика процесса перевода (синхронность/асинхронность с показом аудиовизуального произведения), тип локализации результатов аудиовизуального перевода (письменная/устная локализация) и специфика целевой аудитории (зрители с обычными/особыми когнитивными потребностями). Под локализацией в данной работе понимался весь технологический процесс работы с аудиовизуальным текстом на языке оригинала и языке перевода, включающий подготовительный, переводческий и технологический этапы. В результате было выяснено, что объектом аудиовизуального перевода могут стать как аудиовизуальные произведения, функционирующие на пространстве одной медиаплатформы, так и синкретичные гибридные трансмедийные проекты, которые

функционируют на нескольких независимых медиаплатформах, объединены общей вселенной и требуют особого подхода к переводу;

- исследована проблема использования различных методологических подходов в целях изучения аудиовизуального перевода. Доказано, что в рамках коммуникативно-функциональной концепции аудиовизуальный перевод целесообразно рассматривать в контексте конкретной коммуникативной ситуации, поскольку как процесс, так и результат аудиовизуального перевода напрямую зависят от ключевых параметров этой ситуации, включающих, кроме всего прочего, роль инициатора перевода, цель перевода, характеристику целевой аудитории, тип локализации аудиовизуального произведения и характер связи между актантами коммуникативной ситуации. В конечном итоге профессиональное поведение переводчика аудиовизуальных произведений обусловлено спецификой того или иного типа коммуникативной ситуации, а также главной целевой установкой – обеспечить реципиенту максимально комфортное потребление аудиовизуального контента;
- выявлен основной типологический признак, позволяющий дифференцировать различные коммуникативные ситуации с использованием аудиовизуального перевода. В качестве такого признака выступает формат переводимого аудиовизуального произведения. Выделение ключевых параметров коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода осуществляется на основании функциональных характеристик каждого из форматов. В разных коммуникативных ситуациях аудиовизуального перевода эти параметры могут иметь разную степень релевантности и проявленности;
- доказано, что стратегия аудиовизуального перевода – это динамическая, многоуровневая программа профессиональной деятельности аудиовизуального переводчика, которая включает, наряду с ориентированием в коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода, формулированием и корректировкой цели перевода, прогнозированием возможных изменений

внешних параметров коммуникативной ситуации, этап детального планирования процесса перевода и локализации аудиовизуального произведения и непрерывный или дискретный контроль промежуточных и итоговых результатов данного процесса. Стратегия направлена на достижение коммуникативной цели в конкретной коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода, и в рамках стратегии учитывается специфика этой ситуации, требования инициатора перевода, а также необходимость обеспечить адекватное воздействие на целевую аудиторию языка перевода и получить коммуникативный результат в форме обеспечения комфортного потребления аудиовизуального продукта;

- разработана типология тактик аудиовизуального перевода, применяемых в целях реализации различных стратегий аудиовизуального перевода. Инструментами реализации стратегии коммуникативно-равноценного перевода выступают тактика передачи релевантной информации, тактика компрессии информации, тактика артикуляционно-кинесической синхронизации, тактика создания псевдоустности, тактика транскреации и тактика сохранения вселенной аудиовизуального произведения. Инструментами реализации стратегии переадресации выступают тактики объективного и субъективного описания. В одной и той же коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода в качестве путей реализации избранной стратегии перевода могут применяться комбинации из разных тактик, дополняющих друг друга, что необходимо для достижения цели перевода в конкретной коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода и получения искомого коммуникативного результата.

Перспективы дальнейших исследований в данной области связаны с дальнейшим развитием коммуникативно-функциональной концепции аудиовизуального перевода, сопровождаемым глубоким погружением в анализ различных коммуникативных ситуаций аудиовизуального перевода с целью более подробного описания их параметров и выявления специфичных стратегий перевода, тактик и переводческих операций, применяемых для

решения конкретных переводческих задач. Актуальным направлением является разработка теоретических и методологических основ применения разработанной концепции к анализу различных видов аудиовизуального перевода с учетом специфики функционирования контента и условий его локализации. Вполне очевидна необходимость исследования эффективности средств автоматизации аудиовизуального перевода с учетом параметров коммуникативной ситуации, особенно в связи с развитием генеративного искусственного интеллекта и больших языковых моделей. Перспективными видятся исследования на стыке теории аудиовизуального перевода и дидактики обучения аудиовизуальному переводу, которые позволят повысить качество подготовки специалистов и подготовить переводчиков не только к требованиям, предъявляемым работодателями сегодня, но и к будущим вызовам отрасли аудиовизуального перевода.

БИБЛИОГРАФИЯ

Список использованной литературы

1. Абрамов, Е. А. Прагматические факторы, определяющие перевод обсценной лексики в аудиовизуальном переводе / Е. А. Абрамов // Проблемы языка и перевода в трудах молодых ученых. – 2021. – № 20. – С. 13–21.

2. Акимцева, Е. А. Передача англоязычных псевдореалий Джоан Роулинг на русский язык в художественном и аудиовизуальном переводе / Е. А. Акимцева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9 : Исследования молодых ученых. – 2021. – № 19. – С. 12–15.

3. Акинфиев, С. Н. Развлекательная составляющая современного российского телевидения / С. Н. Акинфиев // Электронный научный журнал «Медиаскоп». – 2008. – № 2. – URL: https://clck.ru/3TboDa (дата обращения: 18.02.2026).

4. АКМ-ВЕСТ. Бюро переводов [Электронный ресурс] // Локализация перевода. – 2021. – URL: https://akmw.ru/lokalizacziya.html (дата обращения: 10.11.2021).

5. Александрова, Е. В. Вербализация визуального в аудиовизуальных произведениях / Е. В. Александрова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2023. – № 1. – С. 154–160. – DOI 10.52452/19931778_2023_1_154.

6. Александрова, Е. В. Основы медиадоступности в системе подготовки аудиовизуального переводчика / Е. В. Александрова // Язык. Культура. Коммуникация. – 2023. – № 24. – С. 271-277.

7. Александрова, Е. В. Типология средств обеспечения медиадоступности в системе видов аудиовизуального перевода / Е. В. Александрова // Вестник Тверского государственного университета. Серия : Филология. – 2025. – № 2 (85). – С. 146–151. – DOI 10.26456/vtfilol/2025.2.146.

8. Алексеева, И. С. Введение в переводоведение / И. С. Алексеева. – 2-е изд., стер. – СПб. : Филологический факультет СПбГУ; М. : Издательский центр «Академия», 2006. – 352 с.

9. Алексеева, И. С. Текст и перевод. Вопросы теории / И. С. Алексеева. – М. : Междунар. отношения, 2008. – 184 с.

10. Альварес Солер, А. А. Роль аудиовизуального перевода в обеспечении межкультурного и межъязыкового взаимодействия / А. А. Альварес Солер // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2018. – № 5 (795). – С. 185–191.

11. Ангира. Бюро переводов [Электронный ресурс] // Локализация видео, постпродакшн. – 2023. – URL: https://www.angira.ru/ru/service/biznesu/lokalizacia/localizacia-video-postprodaction (дата обращения: 27.07.2023).

12. Аносова, Н. Э. Критерии оценки качества перевода поликодового текста / Н. Э. Аносова // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. – 2011. – № 3 (131). – С. 46–50.

13. Асташенко, М. И. Способы перевода языковых реалий в аудиовизуальном переводе на материале японских сериалов / М. И. Асташенко, М. Ю. Тразанова // Вестник Иркутского университета : Научные работы. – Вып. 25. – Иркутск : Иркутский государственный университет, 2022. – С. 92–94.

14. Ачкасов. А. В. Англоязычная терминология локализации [Электронный ресурс] / А. В. Ачкасов // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2019. – № 194. – С. 80–88.

15. Бакулев, Г. П. Стратегии аудиовизуального перевода / Г. П. Бакулев // Вестник ВГИК. – 2014. – № 4 (22). – С. 48–60.

16. Бармина, Е. А. Творческая адаптация каламбура при аудиовизуальном переводе (на материале ситуационной комедии «The Big Bang Theory») / Е. А. Бармина // Вестник Дагестанского государственного

университета. Серия 2 : Гуманитарные науки. – 2023. – Т. 38. – № 3. – С. 74–79. – DOI 10.21779/2542-0313-2023-38-3-74-79.

17. Барт, Р. Проблема значения в кино / Р. Барт // Система Моды. Статьи по семиотике культуры. – М. : Издательство им. Сабашниковых, 2003. – С. 195–199.

18. Бельчиков, Ю. А. Взаимодействие функциональных разновидностей языка (Контаминированные тексты) / Ю. А. Бельчиков // Культура русской речи и эффективность общения. – М. : Наука, 1996. – С. 335–356.

19. Берди, М. «Круглый стол» в редакции «Мостов» : Киноперевод : мало что от Бога, много чего от Гоблина / М. Берди, Д. М. Бузаджи, Д. И. Ермолович и др. // Мосты. Журнал переводчиков. – 2005. – № 4 (8). – С. 52–61.

20. Бернацкая, А. А. К проблеме «креолизации» текста : история и современное состояние / А. А. Бернацкая // Речевое общение : специализированный вестник. – Красноярск : Красноярский университет, 2000. – Вып. 3 (11). – С. 104–110.

21. Библиотека нормативно-правовых актов Союза Советских Социалистических Республик [Электронный ресурс] // Совет министров РСФСР. Распоряжение от 3 сентября 1986 г. N 1213-р. – LibUSSR.RU, 2011–2023. – URL: http://www.libussr.ru/doc_ussr/usr_13478.htm (дата обращения: 14.01.2023).

22. Большакова, Л. С. О содержании понятия «Поликодовый текст» / Л. С. Большакова // Вестник СамГУ. – 2008. – № 4 (63). – С. 19–23.

23. Борщевский, И. С. Легендарные кинопереводчики : первый. Самуил Рейтман [Электронный ресурс] / И. С. Борщевский. – 11 мая 2022 г. – URL: https://vk.com/@258669447-legendarnye-perevodchiki-pervyi (дата обращения: 18.11.2022).

24. Борщевский, И. С. Частная теория перевода аудиодескрипции (тифлокомментирования) : постановка проблемы и общие положения / И. С.

Борщевский // Перевод, переводоведение и дидактика перевода. Северные регионы России : коллективная монография. – Москва : ФЛИНТА, 2026. – С. 62–78.

25. Булейко, Н. А. Информационно-аналитические программы на отечественном ТВ / Н. А. Булейко // Вестник Чеченского государственного университета им. А. А. Кадырова. – 2013. – № 2. – С. 167–172.

26. Ваньшин, С. Н. Тифлокомментирование, или словесное описание для слепых : Инструктивно-методическое пособие / С. Н. Ваньшин, О. П. Ваньшина; под общ. ред. вице-президента ВОС В. С. Степанова, канд. пед. наук С. Н. Ваньшина. – М., 2011. – 62 с.

27. Винникова, Т. А. Особенности поликодовой и полимодальной организации кинотекста (на материале художественного фильма «The Queen») / Т. А. Винникова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 27. – С. 9–11.

28. Витренко, А. Г. О «стратегии перевода» / А. Г. Витренко // Вестник МГЛУ. – 2008. – Вып. 536 : Сопоставительная лингвистика и вопросы перевода. – С. 3–17.

29. Волкова, Т. А. Дискурсивно-коммуникативная модель перевода / Т. А. Волкова. – М. : Флинта : Наука, 2010. – 128 с.

30. Волкова, Т. А. От модели перевода к стратегии перевода : монография / Т. А. Волкова. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2023. – 304 с.

31. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – 5-е изд., стер. – М. : КомКнига, 2007. – 144 с.

32. Гарбовский, Н. К. Теория перевода / Н. К. Гарбовский. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2007. – 544 с.

33. Голоднов, А. В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной

рекламы) : автореф. дис. … канд. филол. наук / А. В. Голоднов. – СПб. : РГПУ им. А. И. Герцена, 2003. – 23 с.

34. Горшкова, В. Е. Кинодиалог как единица перевода / В. Е. Горшкова // Вестник НГУ. Серия : Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2006. – Т. 4. – Вып. 1. – С. 52–58.

35. Горшкова, В. Е. Теоретические основы процессоориентированного подхода к переводу кинодиалога : автореф. дис. … д-ра филол. наук / В. Е. Горшкова. – Иркутск, 2006. – 367 с.

36. Гострова Е. В. Информационно-аналитические телевизионные программы : история, типология, современное состояние (на примере программ федеральных каналов «Вести недели» («Россия») и «Намедни» (НТВ) : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.01.10 «Журналистика» / Е. В. Гострова. – Ростов-на-Дону : Ростовский государственный университет, 2006. – 22 с.

37. Дворко, Н. И. Трансмедийное повествование в цифровую эпоху / Н. И. Дворко // Прошлое – настоящее – будущее Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения : материалы Всерос. науч.-практ. конф., 29–30 октября 2013 г. – СПб., 2013. – С. 189–193.

38. Демьянок, А. Марк Донской. Искусство классика [Электронный ресурс] / А. Демьянок // Русская народная линия. – 6 марта 2013 г. – URL: https://ruskline.ru/monitoring_smi/2013/03/07/mark_donskoj_iskusstvo_klassika (дата обращения: 18.11.2022).

39. Добросклонская, Т. Г. Медиатекст : теория и методы изучения / Т. Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Серия 10 : Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 28–34.

40. Документы XX века [Электронный ресурс] // Записка министра культуры СССР Н. А. Михайлова с согласием секретарей ЦК КПСС о разрешении министерству самостоятельно решать вопрос о приобретении кинофильмов капиталистических стран. 21 мая 1956 г. – URL: http://www.doc20vek.ru/node/1608 (дата обращения: 18.11.2022).

41. Долженков, В. Н. Характеристика актуальной трансакционной модели коммуникации / В. Н. Долженков // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 3-1 (57). – С. 120-123.

42. Дубовицкая, Л. В. Проблема перевода политических плакатов как культурно маркированных креолизованных текстов / Л. В. Дубовицкая // Вестник Московского государственного областного университета. – 2011. – № 4. – С. 42–47.

43. Дугалич, Н. М. Проблема перевода вербального компонента креолизованного текста политической карикатуры (на материале арабского и французского языков) / Н. М. Дугалич // Вестник РУДН. Серия : Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2017. – Т. 8. – № 4. – С. 902–911.

44. Евграфова, Ю. А. Экранный текст : поликодовый, креолизованный или полимодальный? / Ю. А. Евграфова // Значимые личности в языке и культуре : научное наследие Августа Шлейхера : сборник статей по материалам Межд. научн.-практ. конф. – М. : Изд-во Московского государственного областного университета, 2018. – С. 83–90.

45. Жабский, М. И. Разноликое качество кинофильма / М. И. Жабский, К. А. Тарасов // Вестник ВГИК. – 2024. – Т. 16. – № 2 (60). – С. 147–155. – DOI 10.69975/2074-0832-2024-60-2-147-155.

46. Жернакова, Е. Особенности аудиовизуального перевода с английского на русский язык на примере сравнения закадрового перевода и субтитрирования / Е. Жернакова, М. М. Степанова // Проблемы когнитивного и функционального описания русского и болгарского языков. – 2020. – Т. 14. – № 3. – С. 26–42.

47. Жиромская, В. Б. Полвека под грифом «секретно» : Всесоюзная перепись населения 1937 года / В. Б. Жиромская, И. Н. Киселев, Ю. А. Поляков. – М. : Наука, 1996. – 150 с.

48. Законодательство России [Электронный ресурс] // Федеральный закон «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» от 22.08.1996 № 126-ФЗ. – 2026. – URL:

http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102043097&rdk=&backlink=1 (дата обращения: 16.02.2026).

49. Заяц, А. Блажь народа : Зачем нужны тестовые показы [Электронный ресурс] / А. Заяц // Film.ru. – 18 сентября 2015 г. – URL: https://www.film.ru/articles/kinoslovar-testovye-pokazy (дата обращения: 08.02.2026).

50. Звукоград [Электронный ресурс] // Перевод роликов на различные языки. – 2006–2026. – URL: https://www.zvukograd.ru/services/perevod-s-drugikh-yazykov/ (дата обращения: 03.03.2026).

51. Земцов, А. Кто может сказать, что такое документальное кино [Электронный ресурс] / А. Земцов. – 2025. – URL: http://sarstrad.ru/novosti/kto-mozhet-skazat-chto-takoe-dokumentalnoe-kino.html (дата обращения: 17.02.2026).

52. Зорина, М. В. UGC контент в социальных сетях, как новый инструмент продаж / М. В. Зорина, А. А. Садковкин // Экономика и бизнес : теория и практика. – 2025. – № 4 (122). – С. 176–180. – DOI 10.24412/2411-0450-2025-4-176-180.

53. Ивлева, А. Ю. Определение понятия «стратегия перевода» в русле лингвистической теории и коммуникативно-функционального подхода / А. Ю. Ивлева, А. В. Пузаков, И. А. Аржанова // Russian Linguistic Bulletin. – 2023. – № 6 (42). – DOI 10.18454/RULB.2023.42.39.

54. Интеллект : юридическая фирма [Электронный ресурс] // Правовые аспекты аудиовизуальных произведений в Российской Федерации (по материалам судебной практики). – 2026. – URL: https://rbintellekt.ru/analitika/publikatsii/pravovye-aspekty-audiovizualnykh-proizvedeniy-v-rossiyskoy-federatsii-po-materialam-sudebnoy-praktik/ (дата обращения: 16.02.2026).

55. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : ЛЕНАРД, 2021. – 308 с.

56. Как это делается : продюсирование в креативных индустриях. Статьи, лекции, интервью, мастер классы / под ред. А. Качкаевой, А. Новиковой, Р. Юркиной [Электронный ресурс]. – М. : Издательские решения, 2016. – 208 с. – URL: https://www.litres.ru/kollektiv-avtorov-6477940/kak-eto-delaetsya-produsirovanie-v-kreativnyh-industriyah (дата обращения: 30.07.2023).

57. Калинина, С. И. Разработка стратегий перевода аудиовизуальных новостных сообщений / С. И. Калинина, М. М. Степанова // Вопросы методики преподавания в вузе. – 2016. – № 5 (19-2). – С. 37–44.

58. Кафискина, О. В. Стратегия перевода как термин переводоведения / О. В. Кафискина // Вестник Московского университета. Сер. 22. Теория перевода. – 2017. – № 1. – URL: https://vestnik-translation.ru/upload/iblock/ecd/vestnik_22_2017_1_01.pdf (дата обращения: 21.03.2026).

59. Кинопоиск [Электронный ресурс] // Финал «Игры престолов» установил рекорд HBO. – 21 мая 2019 г. – URL: https://www.kinopoisk.ru/media/news/3366437/?utm_referrer=www.google.com (дата обращения: 04.04.2026).

60. Кириллица [Электронный ресурс] // Локализация медиа. – 2026. – URL: https://cyrillica.ru/lokalizaciya-media.html (дата обращения: 04.04.2026).

61. Киселева, А. Локализация без перевода для Adobe [Электронный ресурс] / А. Киселева // Транслинк. Центр знаний. – 27 мая 2015 г. – URL: https://www.t-link.ru/about/extra/articles/1875 (дата обращения: 27.07.2023).

62. Кихтан, В. В. Классификация развлекательных ТВ-шоу на современном отечественном телевидении / В. В. Кихтан // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Филология». – 2024. – № 3 (82). – С. 147–153. – DOI 10.26456/vtfilol/2024.3.147.

63. Кобзева, Е. В. Поликодовый текст как объект филологического анализа / Е. В. Кобзева // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2017. – № 10 (123). – С. 58–62.

64. Кодификация.рф [Электронный ресурс] // ГК РФ. Статья 1263. Аудиовизуальное произведение. – 2026. – URL: https://rulaws.ru/gk-rf-chast-4/Razdel-VII/Glava-70/Statya-1263/ (дата обращения: 16.02.2026).

65. Козуляев, А. В. Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности и особенности обучения данному виду перевода [Электронный ресурс] / А. В. Козуляев // Царскосельские чтения. – 2013. – № XVII. – С. 374–381. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/audiovizualnyy-polisemanticheskiy-perevod-kak-osobaya-forma-perevodcheskoy-deyatelnosti-i-osobennosti-obucheniya-dannomu-vidu (дата обращения: 20.06.2023).

66. Козуляев, А. В. Обучение динамически эквивалентному переводу аудиовизуальных произведений : опыт разработки и освоения инновационных методик в рамках Школы аудиовизуального перевода / А. В. Козуляев // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. – 2015. – № 3 (13). – С. 3–24.

67. Козуляев, А. В. Интегративная модель обучения аудиовизуальному переводу : дис. … канд. пед. наук / А. В. Козуляев. – М., 2019. – 234 с.

68. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (Лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.

69. Комиссаров, В. Н. Общая теория перевода (Проблемы переводоведения в освещении зарубежных ученых) : учеб. пособие / В. Н. Комиссаров. – М. : ЧеРо, 1999. – 136 с.

70. Комиссаров, В. Н. Современное переводоведение / В. Н. Комиссаров. – 2-е изд., испр. – М. : Р.Валент, 2011. – 408 с.

71. Конвенция о правах инвалидов [Электронный ресурс] // ООН. Принята резолюцией 61/106 Генеральной Ассамблеи от 13 декабря 2006 года. – URL:

https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/disability.shtml (дата обращения: 20.04.2026).

72. Коптелова, С. А. Лингвистические аспекты локализации видеоигр / С. А. Коптелова, Е. А. Руцкая // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2022. – Т. 14, вып. 3. – С. 16–25. – DOI 10.17072/2073-6681-2022-3-16-25.

73. Костров, К. Е. Аудиовизуальный перевод : проблемы качества / К. Е. Костров // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9 : Исследования молодых ученых. – 2015. – № 13. – С. 142–146.

74. Красноярова, О. В. Новые медиаплатформы : принципы функционирования и классификация видов / О. В. Красноярова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2016. – Т. 1. – № 1. – С. 45–57.

75. Кугель, А. Как я был лектором в кино / А. Кугель // Советский экран. – 1925. – № 33. – URL: http://www.kinozapiski.ru/ru/article/sendvalues/139/ (дата обращения: 14.11.2022).

76. Кузенкова, А. Ю. Креолизованный текст : проблемы перевода / А. Ю. Кузенкова // Филологический аспект. – 2022. – № 5 (85). – С. 161–169.

77. Куковская, А. В. Стратегии перевода полимодальных текстов : из опыта обучения студентов профессионально ориентированному переводу с английского на русский язык / А. В. Куковская // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020. – № 13 (12). – С. 306–311.

78. Кулешов, Л. В. Искусство кино (мой опыт) (1929) / Л. В. Кулешов // Кулешов Л. В. Собрание сочинений : в 3-х т. Т. 1. Теория. Критика. Педагогика. – М. : Искусство, 1987. – С. 163–225.

79. Культура.рф [Электронный ресурс] // Мокьюментари. – 2026. – URL: https://www.culture.ru/s/slovo-dnya/mokyumentari/ (дата обращения: 17.02.2026).

80. Кустова, О. Ю. Поликодовость текста как фактор стратегии перевода кинофильма / О. Ю. Кустова // Актуальные направления научных исследований : от теории к практике. – 2015. – № 1 (3). – С. 279–282.

81. Кустова, О. Ю. Виды корреляции в поликодовом тексте : аспект перевода / О. Ю. Кустова, Н. А. Лядова // Путь науки. – 2016. – Т. 2. – № 11 (33). – С. 49–52.

82. Лащук О. Р. Термин «формат» в массовой коммуникации / О. Р. Лащук // Вестник Московского университета. – Серия 10 «Журналистика» – 2010. – № 6. – С. 36–41.

83. Лебедев, Н. А. Очерки истории кино СССР. Немое кино : 1918–1934 годы / Н. А. Лебедев. – М. : Издательство «Искусство», 1965. – URL: http://www.bibliotekar.ru/kino/index.htm (дата обращения: 14.11.2022).

84. Легошин, В. Искусство дубляжа / В. Легошин // Искусство кино. – 1953. – № 7. – С. 99–110. – URL: https://vk.com/@258669447-vlegoshin-iskusstvo-dublyazha (дата обращения: 18.11.2022).

85. Локтионов, В. Лонг : Ещё один взгляд на локализацию видеоигр [Электронный ресурс] / В. Локтионов. – 11 сентября 2022 г. – URL: https://dtf.ru/ruvlad/1340919-long-eshe-odin-vzglyad-na-lokalizaciyu-videoigr (дата обращения: 05.03.2026).

86. Лотман, Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики / Ю. М. Лотман. – Таллин : Ээсти Раамат, 1973. – 56 с.

87. Лотман, Ю. Диалог с экраном / Ю. Лотман, Ю. Цивьян. – Таллинн : Издательство «Александра», 1994. – 116 с.

88. Львовская, З. Д. Теоретические проблемы перевода (на материале испанского языка) / З. Д. Львовская. – М. : Высшая школа, 1985. – 232 с.

89. Львовская, З. Д. Современные проблемы перевода : Пер. с исп. / З. Д. Львовская. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 224 с.

90. Майоров, Н. Зарубежные фильмы в советском и российском прокате [Электронный ресурс] / Н. Майоров. – 31 июля 2021 г. – URL:

http://cinemafirst.ru/zarubezhnye-filmy-v-sovetskom-i-rossijskom-prokate-new/ (дата обращения: 16.11.2022).

91. Максименко, О. И. Поликодовый vs креолизованный текст : проблема терминологии / О. И. Максименко // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия : Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2012. – № 2. – С. 93–102.

92. Малёнова Е. Д. Теория и практика аудиовизуального перевода: отечественный и зарубежный опыт / Е. Д. Малёнова // Коммуникативные исследования. – 2017. – № 2 (12). – С. 32–46.

93. Малёнова Е. Д. О методике анализа аудиовизуального текста (на материале аудиовизуальных поликодовых текстов социальной рекламы) / Е. Д. Малёнова // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. – 2018. – № 4. – С. 166–175.

94. Малёнова Е. Д. Инструменты интертекстуальности в трансмедийном проекте и проблемы перевода (на материале британского сериала «Шерлок») / Е. Д. Малёнова // Коммуникативные исследования. – 2018. – № 1 (15). – С. 142–164.

95. Малёнова Е. Д. К определению понятия «аудиовизуальный перевод» / Е. Д. Малёнова // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. – 2019. – № 48. – С. 64–74.

96. Малёнова, Е. Д. Трансмедийный дискурс в аспекте аудиовизуального перевода : проблемы и решения / Е. Д. Малёнова // Язык. Культура. Коммуникация. – 2019. – № 22. – С. 56–64.

97. Малёнова, Е. Д. Аудиовизуальный перевод в СССР и России : краткая историческая ретроспектива / Е. Д. Малёнова // Вестник НГЛУ. – 2021. – № 3 (55). – С. 61–83. – DOI 10.47388/2072-3490/lunn2021-55-3-61-83.

98. Малёнова Е. Д. Поликодовый аудиовизуальный текст: от восприятия к переводу / Е. Д. Малёнова // Когнитивные исследования языка. – 2022. – № 3(50). – С. 684-687.

99. Малёнова, Е. Д. Перевод vs локализация : терминологическая дихотомия или естественная интеграция? / Е. Д. Малёнова // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. – Вып. 1 (57). – Н. Новгород : НГЛУ, 2022. – С. 59–77.

100. Малёнова, Е. Д. Аудиовизуальный перевод как объект исследования в современном переводоведении / Е. Д. Малёнова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2023. – № 6 (874). – С. 101–107.

101. Малёнова Е. Д. Семиотическая структура полимодального аудиовизуального текста в аспекте перевода / Е. Д. Малёнова // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. – 2023. – № 2 (42). – С. 8–22.

102. Малёнова Е. Д. Качество перевода субтитров в аспекте коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода / Е. Д. Малёнова // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. – 2024. – № 2 (81). – С. 214–222. – DOI: 10.26456/vtfilol/2024.2.214.

103. Маргушева М. Г. Особенности использования субтитрования в аудиовизуальном переводе англоязычного текста (на примере британского телесериала «Шерлок») / М. Г. Маргушева // Язык и культура в эпоху интеграции научного знания и профессионализации образования. – 2022. – № 3-2. – С. 256–263.

104. Маслова, Т. Я. Сценарное мастерство. Драматургия документального фильма / Т. Я. Маслова. – Кемерово : КемГУКИ, 2010. – 318 с.

105. Матасов, Р. А. История кино/видео перевода / Р. А. Матасов // Вестник Московского университета. Сер. 22. Теория перевода. – 2008. – № 3. – С. 3–27.

106. Матасов, Р. А. Перевод кино / видео материалов : лингвокультурологические и дидактические аспекты : дис. … канд. филол. наук / Р. А. Матасов. – М., 2009. – 211 с.

107. Метц, К. Проблемы денотации в художественном фильме / К. Метц // Строение фильма : Некоторые проблемы анализа произведений экрана. – М. : Радуга, 1985. – С. 102–133.

108. Мешковой, О. Кириллица. Иноперевод. Рекомендации и требования / О. Мешковой. – М., 2009–2014.

109. Митюшин, А. А. О статье Г. Шпета «Литература» / А. А. Митюшин // Ученые записки Тартуского государственного университета. № 576. Типология культуры. Взаимное воздействие культур : Труды по знаковым системам. № 15. – Тарту : Тартуский государственный университет, 1982. – С. 149–158.

110. Моцаж, М. Аудиодескрипция, или тифлокомментирование, как жанр кинoперевода / М. Моцаж // Textus. – 2014. – № 14. – С. 197–201.

111. Неверова, Е. А. Технологии перевода междометий и звукоподражаний в поликодовых текстах (на материале французского комикса Les blagues de Toto) / Е. А. Неверова, С. Г. Бондаренко, Ю. А. Коротких, А. Д. Стрельцова // Вестник Пятигорского государственного университета. – 2019. – № 2. – С. 126–131.

112. Нелюбин, Л. Л. Наука о переводе (история и теория с древнейших времен до наших дней) / Л. Л. Нелюбин, Г. Т. Хухуни. – М. : Флинта : МПСИ, 2008. – 416 с.

113. Нестерова, Е. И. Бэнси : говорящие звезды немого кино / Е. И. Нестерова // Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология». – 2016. – № 2. – С. 96–105. – DOI 10.28995/2686-7249-2016-2-96-105.

114. Обиух, П. А. Тифлокомментирование в кино – пятнадцать лет, чтобы встать на ноги / П. А. Обиух // Экспертно-аналитический журнал

«Доступная среда». – 2020. – № 1. – URL: https://ds-rubikon.ru/ds94-99/ (дата обращения: 02.05.2026).

115. Остин, Д. Л. Слово как действие / Д. Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. Выпуск XVII. Теория речевых актов. – М. : Издательство «Прогресс», 1986. – С. 22–129.

116. Павлова, А. В. Особенности перевода стилистически сниженной лексики в аудиовизуальных произведениях (на материале сериала «Deadwood») / А. В. Павлова, В. Н. Хлынов // Балтийский гуманитарный журнал. – 2021. – Т. 10. – № 4 (37). – С. 300–302. – DOI 10.26140/bgz3-2021-1004-0071.

117. Перевод.РУ [Электронный ресурс] // Локализация. – 2023. – URL: https://www.perewod.ru/additional-services/localization (дата обращения: 27.07.2023).

118. Петрова, О. В. Переводческие стратегии и критерии оценки адекватности перевода / О. В. Петрова // Известия Воронежского государственного педагогического университета. – 2013. – № 2 (261). – С. 199–203.

119. Петрова, О. В. Теория перевода, теория текста и рынок / О. В. Петрова // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. – 2019. – Вып. 46. – С. 69–78.

120. Пильгун, М. А. Transmedia Storytelling : перспективы развития медиатекста / М. А. Пильгун // Электронный научный журнал «Медиаскоп». – 2015. – № 3. – URL: http://www.mediascope.ru/1773 (дата обращения: 30.07.2023).

121. Пойманова, О. В. Семантическое пространство видеовербального текста : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.02.19 / О. В. Пойманова. – М. : Моск. гос. лингв. ун-т, 1997. – 24 с.

122. Поликарпова, Д. Одинокий голос переводчика – О феномене «авторского» киноперевода [Электронный ресурс] / Д. Поликарпова. –

04.07.2022. – URL: https://seance.ru/articles/voice-over/ (дата обращения: 14.01.2023).

123. Пономарев, Н. Ф. Трансмедийные проекты и трансмедийные франшизы / Н. Ф. Пономарев // E-Scio. – 2019. – № 11 (38). – С. 135–144.

124. Прасолова, О. Д. Социокультурный фон кинотекста в ракурсе перевода / О. Д. Прасолова, С. Ю. Павлина // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. – 2022. – № 57. – С. 78–92. – DOI 10.47388/2072-3490/lunn2022-57-1-78-92.

125. Прунч, Э. Пути развития западного переводоведения. От языковой ассиметрии к политической / Э. Прунч. – М. : Р.Валент, 2015. – 512 с.

126. Путина, О. Н. Дискурсивный маркер типа в диалогическом дискурсе : функционально-прагматический аспект / О. Н. Путина // Евразийский гуманитарный журнал. – 2021. – № 3. – С. 51–56. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnyy-marker-tipa-v-dialogicheskom-diskurse-funktsionalno-pragmaticheskiy-aspekt (дата обращения: 08.04.2026).

127. Распопов А. А. Трансформация медиатекстов в вертикальных клипах Российских СМИ : дис. … канд. филол. наук / А. А. Распопов. – М., 2025. – 276 с.

128. РБК. Российские сериалы заняли почти половину библиотек онлайн-кинотеатров. Почему стриминги стали делать ставку на собственные проекты. – 14 марта 2025 г. – URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/14/03/2025/67d2e36d9a79471a65e41dc1 (дата обращения 02.02.2026).

129. Рожков, Р. А. Типология ошибок при аудиовизуальном переводе для закадрового озвучивания / Р. А. Рожков, Е. Ю. Мамонова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – Т. 12. – № 6. – С. 387–391. – DOI 10.30853/filnauki.2019.6.82.

130. Ромашко, С. А. Мартин Лютер. Послание о переводе (1530) : опыт комментированного перевода / С. А. Ромашко // Последователи

Реформации и российское общество : пути совместного развития (к 500-летию Реформации) : сборник научных трудов. – Заокский : Заокский университет Церкви Христиан – Адвентистов Седьмого Дня, 2018. – С. 196–205.

131. Ростовцев, Ю. А. Виктор Астафьев / Ю. А. Ростовцев. – М. : Молодая гвардия, 2009. – URL: https://libking.ru/books/nonf-/nonf-biography/396943-yuriy-rostovtsev-viktor-astafev.html (дата обращения: 16.11.2022).

132. Сдобников, В. В. Коммуникативно-функциональный подход к описанию процесса перевода / В. В. Сдобников // Вопросы филологии. – 2011. – № 1 (37). – С. 75–82.

133. Сдобников, В. В. Перевод и коммуникативная ситуация / В. В. Сдобников. – М. : Флинта : Наука, 2015. – 464 с.

134. Сдобников, В. В. В поисках стратегии перевода / В. В. Сдобников // Язык. Культура. Коммуникация. – 2017. – № 1-1 (20). – С. 37–47.

135. Сдобников, В. В. Российское переводоведение в XXI веке. Проблемы и перспективы : монография / В. В. Сдобников. – М. : ФЛИНТА, 2024. – 240 с.

136. Серафимович, Е. Кино при Сталине : почему Советский Союз не смог построить свой Голливуд [Электронный ресурс] / Е. Серафимович. – 10 февраля 2020 г. – URL: https://knife.media/stalin-cinema/ (дата обращения: 15.11.2022).

137. Серль, Д. Р. Что такое речевой акт? / Д. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. Выпуск XVII. Теория речевых актов. – М. : Издательство «Прогресс», 1986. – С. 151–194.

138. Слышкин, Г. Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) / Г. Г. Слышкин, М. А. Ефремова. – М. : Водолей Publishers, 2004. – 153 с.

139. Снеткова, М. С. Лингвостилистические аспекты перевода испанских кинотекстов (на материале русских переводов художественных фильмов Л. Бунюэля «Виридиана» и П. Альмодовара «Женщины на грани нервного срыва») : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.02.20 / М. С. Снеткова. – М., 2009.

140. Соколова, Н. Л. Трансмедиа и «интерпретативные сообщества» / Н. Л. Соколова // Международный журнал исследований культуры. – 2011. – № 3 (4). – С. 16–21.

141. Сонин, А. Г. Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов : дис. … д-ра филол. наук / А. Г. Сонин. – М., 2006. – 310 с.

142. Сорокин, Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М. : Высшая школа, 1990. – С. 180–186.

143. Специалист в области перевода и медиадоступности : рамка компетенций / Д. А. Асташина, И. С. Борщевский, Н. В. Гайдаш и др. – Казань : Бук, 2021. – 46 с.

144. Станиславский, А. Р. К решению коммуникативной проблемы в техническом переводе : переводческое задание / А. Р. Станиславский // Филология и литературоведение. – 2014. – № 11. – URL: https://philology.snauka.ru/2014/11/1026 (дата обращения: 26.02.2026).

145. Столярова, А. О. Основные компоненты коммуникативной ситуации деловых переговоров / А. О. Столярова // Вестник НГУ. Серия : Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2020. – Т. 18. – № 1. – С. 120–131. – DOI 10.25205/1818-7935-2020-18-1-120-131.

146. Стросон, П. Ф. Намерение и конвенция в речевых актах / П. Ф. Стросон // Новое в зарубежной лингвистике. Выпуск XVII. Теория речевых актов. – М. : Издательство «Прогресс», 1986. – С. 130–150.

147. Студия Ф [Электронный ресурс] // Перевод рекламного ролика на иностранные языки. – 2016–2024. – URL: https://www.studiaf.ru/perevod.html (дата обращения: 03.03.2026).

148. Сумская, А. С. Трансмедиа storytelling в маркетинговых PR-коммуникациях / А. С. Сумская // Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – № 13 (395). Филологические науки. Вып. 104. – С. 117–124.

149. Танис, К. А. Трофейное кино в СССР в 1940–1950-е годы : история, идеология, рецепция : дис. … канд. культурологии / К. А. Танис. – М., 2020. – 251 с.

150. Тарковский, А. Лекции по кинорежиссуре / А. Тарковский. – Ленинград : Ленфильм, 1989. – 118 с.

151. Терских, М. В. Приемы воздействия в социальной рекламе / М. В. Терских, О. А. Зайцева // Коммуникативные исследования. – 2015. – № 3 (5). – С. 96–115.

152. Трофимова, Т. Война и мир как сериал. Как спорили о патриотизме, мечтали о подвиге и ждали перемен читатели Толстого [Электронный ресурс] / Т. Трофимова. – 16 ноября 2016 г. – URL: https://gorky.media/context/vojna-i-mir-kak-serial (дата обращения: 31.07.2023).

153. Тынянов, Ю. Н. Об основах кино (1929) / Ю. Н. Тынянов // Поэтика. История литературы. Кино. – М. : Наука, 1977. – С. 326–342.

154. Тюленев, С. В. Теория перевода : учебное пособие / С. В. Тюленев. – М. : Гардарики, 2004. – 336 с.

155. Усов, Ю. Н. Методика использования киноискусства в идейно-эстетическом воспитании учащихся 8–10 классов / Ю. Н. Усов. – Таллин : Министерство просвещения, 1980. – 125 с.

156. Фёдоров, А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы) : учеб. пособие / А. В. Фёдоров. – 5-е изд. – СПб. : Филологический факультет СПбГУ; М. : ООО «Издательский Дом «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 2002. – 416 с.

157. Федорова, И. К. Перевод кинотекста в свете концепции культурного переноса : проблема переводческой адаптации / И. К. Федорова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 43 (181). – С. 142–149.

158. Федорова, И. К. Проблемы киноперевода в аспекте зрительского восприятия / И. К. Федорова // Вестник Московского университета. Серия 22 : Теория перевода. – 2014. – № 2. – С. 63–76.

159. Феофанов, О. А. Реклама. Новые технологии в России / О. А. Феофанов. – СПб. : ПИТЕР, 2000. – 225 с.

160. Филатова, Е. А. Комплексная модель оценки аудиовизуального перевода и лингво-функциональный анализ динамики кинопереводческих норм в 1960–2010 гг. (на материале англоязычной документалистики о живой природе) : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.02.20 / Е. А. Филатова. – М. : РГГУ, 2021. – 20 с.

161. Филиппов, С. А. Кадр : как нам удаётся его понять? / С. А. Филиппов // Театр. Живопись. Кино. Музыка. – 2016. – № 3. – С. 161–175. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kadr-kak-nam-udayotsya-ego-ponyat (дата обращения: 02.02.2026).

162. Хопияйнен, О. А. Особенности разработки стратегии перевода аудиовизуального текста (на видеоматериале «Болотные тайны») / О. А. Хопияйнен, А. А. Свинтеева // Zenodo, 2020. – DOI 10.5281/zenodo.4023151.

163. Хухуни, Г. Т. Перевод. Культура. Коммуникация : монография / Г. Т. Хухуни, И. И. Валуйцева, А. А. Осипова. – М. : МГОУ, 2022. – 172 с.

164. Цзинь, Х. Китайские видеоплатформы Danmaku и становление сетевой субкультуры поколения Z на примере Bilibili.com / Х. Цзинь // Медиаскоп. – 2021. – Вып. 3. – URL: http://www.mediascope.ru/2725. – DOI 10.30547/mediascope.3.2021.10.

165. Цивьян, Ю. Г. К метасемиотическому описанию повествования в кинематографе / Ю. Г. Цивьян // Труды по знаковым системам : ученые

записки Тартуского государственного университета. – Тарту, 1984. – Вып. XVII. – С. 109–121.

166. Цивьян, Ю. Г. Историческая рецепция кино : Кинематограф в России, 1896–1930 / Ю. Г. Цивьян. – Рига : Зинатне, 1991. – 492 с.

167. Чернявская, В. Е. Лингвистика текста : Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность : учебное пособие / В. Е. Чернявская. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 248 с.

168. Чернявская, В. Е. Текст в медиальном пространстве : учебное пособие для вузов / В. Е. Чернявская. – М. : URSS, 2013. – 184 с.

169. Чигаев, Д. П. Способы креолизации современного рекламного текста : автореф. дис. … канд. филол. наук / Д. П. Чигаев. – М., 2010. – 24 с.

170. Чужакин, А. Мир перевода или вечный поиск взаимопонимания / А. Чужакин, П. Палажченко. – М. : Валент, 1999. – 192 с.

171. Шайкевич, С. Записки «аэта» / С. Шайкевич // Мастерство перевода. – М. : Советский писатель, 1970. – С. 212–149.

172. Шамилов, Р. М. Структура и алгоритм процесса специального перевода (коммуникативно-функциональный подход) : дис. … канд. филол. наук / Р. М. Шамилов. – М., 2018. – 202 с.

173. Шамилов, Р. М. Понятие «стратегия перевода» в свете потребностноориентированной теории перевода : определение и типология / Р. М. Шамилов // Слово.ру : балтийский акцент. – 2026. – Т. 17. – № 1. – С. 217–234. – DOI 10.5922/2225-5346-2026-1-14.

174. Шаралапова, Е. Интервью с Л. В. Володарским в рамках проекта «Легенды переводческого фронта», 2015 [Электронный ресурс] / Е. Шаралапова. – URL: http://www.trworkshop.net/wiki/ %D0 %B2 %D0 %BE %D0 %BB %D0 %BE %D0 %B4 %D0 %B0 %D1 %80 %D1 %81 %D0 %BA %D0 %B8 %D0 %B9_ %D0 %BB %D0 %B5 %D0 %BE %D0 %BD %D0 %B8 %D0 %B4 (дата обращения: 14.01.2023).

175. Швейцер, А. Д. Теория перевода : Статус, проблемы, аспекты / А. Д. Швейцер. – М. : Наука, 1988. – 215 с.

176. Шлепнев, Д. Н. Общая теория перевода : начала. Часть I (продолжение). Часть II : учебное пособие / Д. Н. Шлепнев. – Н. Новгород : НГЛУ, 2017. – 272 с.

177. Шлепнев, Д. Н. Стратегий перевода и параметры стратегических решений / Д. Н. Шлепнев // Перспективы науки и образования. – 2018. – № 5 (35). – С. 161–170. – URL: pnojournal.wordpress.com/archive18/18-05/ (дата обращения 18.05.2026).

178. Шутова, Н. М. Комическое в аудиовизуальном тексте : проблемы перевода (на материале американской кинокомедии «Шестнадцать свечей») / Н. М. Шутова, Н. С. Семенова // Многоязычие в образовательном пространстве. – 2021. – Т. 13. – С. 116–125. – DOI 10.35634/2500-0748-2021-13-116-125.

179. Эйзенштейн, С. М. «Э!» О чистоте киноязыка (1934) / С. М. Эйзенштейн // Эйзенштейн С. М. Избранные произведения : в 6 т. Т. 2. – М. : Искусство, 1964. – С. 81–92.

180. Эйзенштейн, С. М. За кадром (1929) / С. М. Эйзенштейн // Эйзенштейн С. М. Избранные произведения : в 6 т. Т. 2. – М. : Искусство, 1964. – С. 283–295.

181. Эко, У. О Членениях кинематографического кода (1968) [Электронный ресурс] / У. Эко. – URL: http://www.kinovoid.com/2016/03/umberto-eko-kinematograficheskiy-kod.html (дата обращения: 18.10.2022).

182. Эко, У. От Интернета к Гуттенбергу : текст и гипертекст. Отрывки из публичной лекции Умберто Эко на экономическом факультете МГУ 20 мая 1998 г. [Электронный ресурс] / У. Эко. – URL: https://fly-uni.org/stati/umberto-eko-ot-interneta-k-gutenbergu-tekst-i-gipertekst (дата обращения: 04.10.2022).

183. Эфрон, Г. С. Дневники : в 2 т. Т. 1 : 1940–1941 годы / Г. С. Эфрон. – М. : Вагриус, 2007. – 560 с.

184. Юдин, В. Дубляж – это преступление [Электронный ресурс] / В. Юдин. – 28.04.2020. – URL: https://1-line.spbu.ru/ljudi/234-2015.html (дата обращения: 14.01.2023).

185. Юрченко, Е. Д. Факторы, ограничивающие передачу комического эффекта при аудиовизуальном переводе (на материале кинофильмов) / Е. Д. Юрченко, Н. А. Сабурова // Язык и культура : вопросы современной филологии и методики обучения языкам в вузе : материалы VII Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Хабаровск, 21 мая 2020 г. – Хабаровск : Тихоокеанский государственный университет, 2020. – С. 317–324.

186. Якобсон, Р. Лингвистика и поэтика / Р. Якобсон // Структурализм : «за» и «против». – М. : Прогресс, 1975. – С. 193–230.

187. Якобсон, Р. Упадок кино? (1933) / Р. Якобсон // Язык и бессознательное. – М. : Гнозис, 1996. – С. 170–180.

188. Якобсон, Р. Язык в отношении к другим системам коммуникации / Р. Якобсон // Избранные работы. – М. : Прогресс, 1985. – С. 319–330.

189. Яковлева, С. Л. Передача игры слов при аудиовизуальном переводе (на материале сериала «Office») / С. Л. Яковлева, Н. Ю. Саглам // Международный научно-исследовательский журнал. – 2022. – № 11 (125). – DOI 10.23670/IRJ.2022.125.32.

190. Acuna, K. Why Pixar changed several scenes in ‘Inside Out’ for foreign audiences / K. Acuna // Business Insider. – 31 July 2015. – URL: https://www.businessinsider.com/why-inside-out-has-different-scenes-in-other-countries-2015-7 (дата обращения: 13.02.2026).

191. Antonini, R. The perception of subtitled humor in Italy / R. Antonini // Humor. International Journal of Humor Research. – 2005. – Vol. 18. – No. 2. – Pp. 209–225. – DOI 10.1515/humr.2005.18.2.209.

192. Antonini, R. The Perception of Dubbing by Italian Audiences / R. Antonini, D. Chiaro // Audiovisual Translation / Jorge Díaz-Cintas and Gunilla Anderman (eds.). – London : Palgrave Macmillan, 2009. – Pp. 97–114.

193. Antonioni, R. The perception of dubbese : An Italian study / R. Antonioni // Between Text and Image : Updating Research in Screen Translation / Chiara Bucaria, Christine Heiss, Delia Chiaro (eds.). – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2008. – Pp. 135–147. – DOI 10.1075/btl.78.15ant.

194. Anwar, S. From Script to Screen : The Role of Transcreation in Movie Titles / S. Anwar, A. Khan // Balochistan Journal of Linguistics. – 2024. – Vol. 12. – P. 30. – URL: https://journals.luawms.edu.pk/bjl/article/view/92 (дата обращения: 13.02.2026).

195. Baker, M. In other words : A coursebook on translation / M. Baker. – 2nd ed. – London & New York : Routledge, 2011. – 332 p.

196. Baños, R. Orality Markers in Spanish Native and Dubbed Sitcoms : Pretended Spontaneity and Prefabricated Orality / R. Baños // Meta. – 2014. – Vol. 59. – No. 2. – Pp. 406–435. – DOI 10.7202/1027482ar.

197. Baños, R. Exploring new forms of audiovisual translation in the age of digital media : cybersubtitling and cyberdubbing / R. Baños, J. Díaz-Cintas // The Translator. – 2024. – Vol. 30. – No. 1. – Pp. 129–144. – DOI 10.1080/13556509.2023.2274119.

198. Baños-Piñero, R. Prefabricated Orality : A Challenge in Audiovisual Translation / R. Baños-Piñero, F. Chaume // inTRAlinea. Special Issue : The Translation of Dialects in Multimedia. – 2009. – URL: https://www.intralinea.org/specials/article/1714 (дата обращения: 06.04.2026).

199. Barber, N. The iconic Hollywood films transformed by test audiences / N. Barber // BBC.com. – 26 January 2022. – URL: https://www.bbc.com/culture/article/20220125-the-iconic-hollywood-films-transformed-by-test-audiences (дата обращения: 08.02.2026).

200. Bardini, F. Audio Description Style and Film Experience : Description, Interpretation, Narration / F. Bardini. – 6th International Conference “Media for All”, 16–18 September 2015. – URL: https://www.academia.edu/24904203/Audio_Description_Style_and_Film_Experience_Description_Interpretation_Narration (дата обращения: 21.04.2026).

201. Bardini, F. Audio description and the translation of film language into words / F. Bardini // Ilha do Desterro. – 2020. – Vol. 73. – No. 1. – Pp. 273–295. – DOI 10.5007/2175-8026.2020v73n1p273.

202. Barnlund, D. C. Toward a meaning-centered philosophy of communication / D. C. Barnlund // ETC : A Review of General Semantics. – 1963. – Vol. 20. – No. 4. – Pp. 454–469. – URL: http://www.jstor.org/stable/42582225 (дата обращения: 11.02.2026).

203. Barrera-Rioja, N. Beyond the dialogue : A study of text-on-screen translation strategies in English-Spanish dubbed audiovisual products / N. Barrera-Rioja // The Journal of Specialized Translation. – 2023. – No. 40. – Pp. 322–348. – DOI 10.26034/cm.jostrans.2023.535.

204. Bartolomé, A. I. H. New trends in audiovisual translation : The latest challenging modes / A. I. H. Bartolomé, G. M. Cabrera // Miscelánea. – 2005. – No. 31. – Pp. 89–103.

205. Bassnett, S. Constructing Cultures : Essays on Literary Translation / S. Bassnett, A. Lefevere. – Clevedon, Philadelphia, Toronto, Sydney, Johannesburg : Multilingual Matters, 1998. – 143 p.

206. Bernal-Merino, M. A. The Localization of Videogames : PhD Thesis / M. A. Bernal-Merino. – London : Imperial College, 2013. – 447 p.

207. Bernardo, N. Transmedia 2.0 : How to create an entertainment brand using a transmedia approach to storytelling / N. Bernardo. – London : BeActive Books, 2014. – 288 p.

208. BFI. 4DX : Here come the feelies. – April 28, 2014. – URL: https://www2.bfi.org.uk/news/sightsound/4dx-here-come-feelies (дата обращения: 26.10.2022).

209. Bogucki, Ł. A Relevance-Theoretic Approach to Decision-Making in Subtitling / Ł. Bogucki. – Cham : Palgrave Macmillan, 2020. – 112 p. – DOI 10.1007/978-3-030-51803-5.

210. Booth, R. Doctor Who one of biggest shows in the world, says BBC following 'simulcast' / R. Booth // The Guardian. – 24 November 2013. – URL: https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2013/nov/24/doctor-who-biggest-show-world-bbc-simulcast (дата обращения: 30.07.2023).

211. Brain Time. This Is How Disney and Pixar Change Their Cartoons for Different Countries. – YouTube, 29 July 2021. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=TAPn7dG6Qeo (дата обращения: 06.04.2026).

212. Burnett C. What's a "Fictional Universe"? Some Thoughts on Markstein's Theory / C. Burnett. – 21 July 2021. – URL: https://colinatthemovies.wordpress.com/2021/07/21/whats-a-fictional-universe-some-thoughts-on-marksteins-theory (дата обращения: 06.06.2026).

213. Carreira, O. Is transcreation a service or a strategy? : A social study into the perceptions of language professionals / O. Carreira // Babel. – 2022. – Vol. 68. – No. 4. – Pp. 498–516. – DOI 10.1075/babel.00277.car.

214. Casagrande, J. B. The ends of translation / J. B. Casagrande // International Journal of American Linguistics. – 1954. – Vol. 20. – No. 4. – Pp. 335–340.

215. Chaume, F. Models of Research in Audiovisual Translation / F. Chaume // Babel. – 2002. – Vol. 48. – No. 1. – Pp. 1–13.

216. Chaume, F. (a) Film Studies and Translation Studies : Two Disciplines at Stake in Audiovisual Translation / F. Chaume // Meta. – 2004. – Vol. 49. – No. 1. – Pp. 12–24.

217. Chaume, F. (b) Synchronization in Dubbing : A translational approach / F. Chaume // Topics in Audiovisual Translation / Pilar Orero (ed.). – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins, 2004. – Pp. 35–52.

218. Chaume, F. The Turn of Audiovisual Translation. New Audiences and New Technologies / F. Chaume // Translation Spaces. – 2013. – Vol. 2. – Pp. 105–123. – DOI 10.1075/ts.2.06cha.

219. Chaume, F. Audiovisual Translation Trends. Growing Diversity, Choice, and Enhanced Localization / F. Chaume // Media Across Borders : Localizing TV, Film and Video Games. – London : Routledge, 2016. – Pp. 68–84.

220. Chaume, F. Is Audiovisual Translation Putting the Concept of Translation up against the Ropes? / F. Chaume // JoSTrans. – 2018. – № 30. – Pp. 84–104. – DOI 10.26034/cm.jostrans.2018.197.

221. Chaume, F. Audiovisual translation in the age of digital transformation : Industrial and social implications / F. Chaume // Reassessing Dubbing : Historical Approaches and Current Trends / Irene Ranzato & Serenella Zanotti (eds.). – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins, 2019. – Pp. 103–124. – DOI 10.1075/btl.148.05cha.

222. Chaume, F. Dubbing / F. Chaume // The Palgrave Handbook of Audiovisual Translation and Media Accessibility / Ł. Bogucki, M. Deckert (eds.). – Palgrave Studies in Translating and Interpreting, 2020. – Pp. 103–131. – DOI 10.1007/978-3-030-42105-2_6.

223. Chesterman, A. Memes of Translation : The Spread of Ideas in Translation Theory / A. Chesterman. – Revised Edition. – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2016. – 218 p.

224. Chesterman, A. Moving conceptual boundaries : So what? / A. Chesterman // Moving boundaries in translation studies / H. V. Dam, M. N. Brøgger, K. K. Zethsen (eds.). – London & New York : Routledge, 2019. – Pp. 12–25.

225. Christou, C. Enabling the Localization of Large Role-Playing Games / C. Christou, J. McKearney, R. Warden // Trans : Revista de Traductología. – 2011. – No. 15. – Pp. 39–51.

226. Cini, K. Forecasting film audience ratings : A natural language processing approach to script and production data / K. Cini, J. Abela //

Entertainment Computing. – 2025. – Vol. 55. – DOI 10.1016/j.entcom.2025.101043.

227. Clear Words Translation. What’s The Difference Between Localization & Translation? – 19.12.2017. – URL: http://clearwordstranslations.com/language/en/difference-localization-translation (дата обращения: 27.07.2023).

228. CommLab India Bloggers. 3 Differences between Translation and Localization You Must Know. – 25 August 2025. – URL: https://www.commlabindia.com/blog/translation-and-localization-differences (дата обращения: 02.02.2026).

229. Corbolante, L. Software Terminology and Localization / L. Corbolante, U. Irmler // Handbook of Terminology Management. Vol. 2 / Sue Ellen Wright & Gerhard Budin (eds.). – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins, 2001. – Pp. 516–538.

230. Davidson, D. Cross media communications : An introduction to the art of creating integrated media experiences / D. Davidson. – Pittsburgh : ETC Press, 2010. – 204 p.

231. Del Vecchio, M. Improving productivity in Hollywood with data science : Using emotional arcs of movies to drive product and service innovation in entertainment industries / M. Del Vecchio [et al.] // Journal of the Operational Research Society. – 2021. – Vol. 72. – No. 5. – Pp. 1110–1137. – DOI 10.1080/01605682.2019.1705194.

232. Delabastita, D. Translation and Mass-Communication : Film and T.V. Translation as Evidence of Cultural Dynamics / D. Delabastita // Babel. – 1989. – Vol. 35. – Pp. 193–218.

233. Delabastita, D. There's a Double Tongue : An investigation into the translation of Shakespeare’s wordplay, with special reference to Hamlet / D. Delabastita. – Amsterdam–Atlanta : Rodopi, 1993. – 540 p.

234. De Linde Z., Kay N. The Semiotics of Subtitling / Z. De Linde, N. Kay. – London & New York: Routledge, 1999. – 107 p.

235. Dena, C. Transmedia Practice : Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments : PhD Thesis / C. Dena. – University of Sydney, 2009. – 374 p.

236. Dena, C. Writing Predictions for the Next Decade / C. Dena. – 8 October 2013. – URL: https://www.christydena.com/2006/01/writing-predictions-for-the-next-decade/ (дата обращения: 08.02.2026).

237. Di Giovanni, E. Translations, Transcreations and Transrepresentations of India in the Italian Media / E. Di Giovanni // Meta. – 2008. – Vol. 53. – No. 1. – Pp. 26–43.

238. Di Giovanni, E. Dubbing, perception and reception / E. Di Giovanni // Reception studies and audiovisual translation / E. Di Giovanni & Y. Gambier (eds.). – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins, 2018. – Pp. 159–178.

239. Di Giovanni, E. Audiences in a changing audiovisual landscape / E. Di Giovanni, Y. Gambier // Reception studies and audiovisual translation. – 2018. – Pp. i–xii.

240. Di Giovanni, E. Reception Studies and Audiovisual Translation / E. Di Giovanni, Y. Gambier. – Amsterdam–Philadelphia : John Benjamins Publishing, 2018. – 353 p.

241. Díaz-Cintas, J. Subtitling : the long journey to academic acknowledgement / J. Díaz-Cintas // The Journal of Specialised Translation. – 2004. – Issue 1. – Pp. 50–70. – URL: https://www.jostrans.org/issue01/art_diaz_cintas.php (дата обращения: 19.06.2023).

242. Díaz-Cintas, J. Audiovisual Translation : An Overview of its Potential / J. Díaz-Cintas // New Trends in Audiovisual Translation. – Bristol : Multilingual Matters, 2009. – Pp. 1–20.

243. Díaz-Cintas, J. Media for All : New Developments / J. Díaz-Cintas, A. Matamala, J. Neves // New Insights into Audiovisual Translation and Media Accessibility. – Amsterdam : Rodopi, 2010. – Pp. 11–22.

244. Díaz-Cintas, J. Subtitling : Theory, practice and research / J. Díaz-Cintas // The Routledge Handbook of Translation Studies. – London : Routledge, 2013. – Pp. 273–287.

245. Díaz-Cintas, J. Experimental Research in Audiovisual Translation – Cognition, Reception, Production / J. Díaz-Cintas, A. Szarkowska // The Journal of Specialised Translation. – 2020. – No. 33. – Pp. 3–16. – DOI 10.26034/cm.jostrans.2020.542.

246. Díaz-Cintas, J. The name and nature of subtitling / J. Díaz-Cintas // The Palgrave Handbook of Audiovisual Translation and Media Accessibility. – 2020. – Pp. 149–171. – DOI 10.1007/978-3-030-42105-2_8.

247. Díaz-Cintas, J. Subtitling : concepts and practice / J. Díaz-Cintas, A. Remael. – London & New York : Routledge, 2021. – 273 p.

248. Dijk, T. A. Discourse and Context : A Sociocognitive Approach / T. A. van Dijk. – Cambridge University Press, 2008. – 267 p.

249. Do the Right Films. Movie Test Screenings. – 2021. – URL: https://dotherightfilms.com/en/movie-test-screenings (дата обращения: 08.02.2026).

250. Dunne, K. J. A Copernican revolution : Focusing on the big picture of localization / K. J. Dunne // Perspectives on Localization. – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins, 2006. – Pp. 1–14.

251. Dynamic Language. Localization Glossary : Industry Terms You Should Know. – 2021. – URL: https://www.dynamiclanguage.com/localization-and-translation-glossary (дата обращения: 27.07.2023).

252. Esposito, N. A short and simple definition of what a videogame is / N. Esposito // Proceedings of DiGRA 2005 Conference. – 2005. – DOI 10.26503/dl.v2005i1.177.

253. Esselink, B. A Practical Guide to Localization / B. Esselink. – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2000. – 488 p.

254. Esselink, B. The Evolution of Localization / B. Esselink // The Guide from MultiLingual Computing & Technology. – July/August 2003. – Pp. 4–7. –

URL: https://multilingual.com/downloads/screenSupp57.pdf (дата обращения: 27.07.2023).

255. Fodor, I. Film Dubbing : Phonetic, Semiotic, Esthetic and Psychological Aspects / I. Fodor. – Hamburg : Buske, 1976. – 109 p.

256. Frazier, G. The Autobiography of Miss Jane Pittman : An all-audio adaptation of the teleplay for the blind and visually handicapped : Master of Arts Thesis / G. Frazier. – San Francisco : San Francisco State University, 1975. – 116 p.

257. Gadamer, H.-G. Truth and method / H.-G. Gadamer. – London; New York : Continuum, 2004. – 601 p.

258. GALA. Language Services. – 2020. – URL: https://www.gala-global.org/knowledge-center/about-the-industry/language-services (дата обращения: 27.07.2023).

259. Gambarato, R. R. Transmedia Project Design : Theoretical and Analytical Considerations / R. R. Gambarato // Baltic Screen Media Review. – 2013. – № 1 (1). – DOI 10.1515/bsmr-2015-0006.

260. Gambier, Y. Gottlieb H. (Multi) media Translation / Y. Gambier, H. Gottlieb (eds.). – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2001. – 298 p.

261. Gambier, Y. Multimodality and audiovisual translation / Y. Gambier // MuTra 2006 – Audiovisual Translation Scenarios : Conference Proceedings. – 2006. – URL: https://www.euroconferences.info/proceedings/2006_Proceedings/2006_Gambier_Yves.pdf (дата обращения: 31.10.2022).

262. Gambier, Y. Translation Strategies and Tactics / Y. Gambier // Handbook of Translation Studies. Vol. 1 / Yves Gambier, Luc van Doorslaer (eds.). – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2010. – Pp. 412–418.

263. Gambier Y. The Position of Audiovisual Translation Studies / Y. Gambier // The Routledge Handbook of Translation Studies. – London : Routledge, 2013. – Pp. 45–59.

264. Gambier, Y. Introduction / Y. Gambier, S. R. Pinto // Audiovisual Translation : Theoretical and Methodological Challenges. – Amsterdam–Philadelphia : John Benjamins Publishing, 2018. – Pp. 1–7.

265. Gambier, Y. Translation Studies, Audiovisual Translation and Reception / Y. Gambier // Reception Studies and Audiovisual Translation / Elena Di Giovanni, Yves Gambier (eds.). – Amsterdam : John Benjamins, 2018. – Pp. 43–66. – DOI 10.1075/BTL.141.04GAM.

266. Gambier, Y. Audiovisual translation and reception / Y. Gambier // Слово.ру : балтийский акцент. – 2019. – Т. 10. – № 1. – С. 52–68. – DOI 10.5922/2225-5346-2019-1-4.

267. Georgakopoulou, P. Reduction Levels in Subtitling. DVD Subtitling : A Compromise of Trends : PhD Thesis / P. Georgakopoulou. – University of Surrey, 2003. – 439 p. – URL: https://openresearch.surrey.ac.uk/esploro/outputs/doctoral/Reduction-Levels-in-SubtitlingDVD-Subtitling-A/99516488802346#file-0 (дата обращения: 12.04.2026).

268. Ghani, N. A. A Comparative Study Exploring the Most Common Audiovisual Translation English Subtitling Strategies in Lollywood and Bollywood Movies / N. A. Ghani, M. R. Hafeez // Annual Methodological Archive Research Review. – 2025. – Vol. 3. – No. 7. – Pp. 106–115. – DOI 10.63075/32v6gq28.

269. Giliç, R. Z. A descriptive study of AVT under Skopos theory : The film adaptation of Great Gatsby (2013 version) and its cultural reflections in translations from English to Turkish / R. Z. Giliç. – Ankara : Gece Kitaplığı, [year not specified]. – 158 p.

270. Goblin. Проект «Божья искра». – 18.10.2002. – URL: https://oper.ru/news/read.php?t=1034948861 (дата обращения: 14.01.2023).

271. Gottlieb, H. Subtitling – a new university discipline / H. Gottlieb // Teaching translation and interpreting / Cay Dollerup, Anne Loddegaard (eds.). – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 1992. – Pp. 161–170.

272. Gottlieb, H. Subtitling : Diagonal Translation / H. Gottlieb // Perspectives : Studies in Translatology. – 1994. – Vol. 2. – No. 1. – Pp. 101–121. – DOI 10.1080/0907676X.1994.9961227.

273. Greco, G. M. The nature of accessibility studies / G. M. Greco // Journal of Audiovisual Translation. – 2018. – Vol. 1. – No. 1. – Pp. 205–232. – URL: https://jatjournal.org/index.php/jat/article/view/51/10 (дата обращения: 28.08.2023).

274. Greco, G. M. Media Accessibility Within and Beyond Audiovisual Translation / G. M. Greco, A. Jankowska // The Palgrave Handbook of Audiovisual Translation and Media Accessibility / Ł. Bogucki, M. Deckert (eds.). – 2020. – Pp. 57–81. – DOI 10.1007/978-3-030-42105-2_4.

275. Gregory, M. Language and Situation : Language Varieties and Their Social Contexts / M. Gregory, S. Carroll. – London : Routledge, 1987. – 113 p.

276. Hall, S. Encoding, decoding in the television discourse / S. Hall // Culture, Media, Language / S. Hall, D. Hobson, P. Lowe (eds.). – London : Hutchinson, 1980.

277. Hanson, M. The end of celluloid : film futures in the digital age / M. Hanson. – UK : RotoVision, 2004. – 175 p.

278. Harris, S. Translation vs Localization : Is There a Difference? / S. Harris // Venga Global. – 09.03.2022. – URL: https://www.vengaglobal.com/blog/translation-localization-difference (дата обращения: 27.07.2023).

279. Hasior, A. Explicitation Versus Reduction of Target Text in Audiovisual Voice-Over Translation / A. Hasior // Sendebar. – 2024. – Vol. 35. – Pp. 208–220. – DOI 10.30827/sendebar.v35.29941.

280. Hatim, B. Translation : An Advanced Resource Book / B. Hatim, J. Munday. – London; New York : Routledge, 2004. – 394 p.

281. Hickey, S. Consolidation and growth in media localization : Transperfect buys Hiventy / S. Hickey. – URL: https://www.nimdzi.com/transperfect-buys-hiventy (дата обращения: 19.06.2023).

282. Holmes, J. S. The Name and Nature of Translation Studies / J. S. Holmes // The Translation Studies Reader / Lawrence Venuti (ed.). – London & New York : Routledge, 2000. – Pp. 172–185.

283. House, J. Translation. The basics / J. House. – London & New York : Routledge, 2018. – 210 p.

284. Humphrey, L. The Little Book of Transcreation / L. Humphrey [et al.]. – London : Mother Tongue Ltd, 2011. – 67 p.

285. Ito, M. Technologies of the Childhood Imagination : Yugioh, Media Mixes, and Everyday Cultural Production / M. Ito // Structures of Participation in Digital Culture. – Duke University Press, 2005. – URL: http://www.itofisher.com/mito/archives/technoimagination.pdf (дата обращения: 30.07.2023).

286. iTrex // Кейс : перевод раздела сайта и видеоролика для компании Konica Minolta. – 2026. – URL: https://itrex.ru/projects/kejs-perevod-razdela-sajta-i-videorolika-dlya-kompanii-konica-minolta (дата обращения: 03.03.2026).

287. Jääskeläinen, R. Investigating translation strategies / R. Jääskeläinen // Recent trends in empirical translation research / Sonja Tirkkonen-Condit and John Laffling (eds.). – Joensuu : University of Joensuu Faculty of Arts, 1993. – Pp. 99–120.

288. Jacobs, M. The Invisible Contributors : Narrative Film Production, Studio Epitexts, and Test Audiences / M. Jacobs // The Materiality of Narrative Dynamics / Stefan Iversen and Evan Van Tassell (eds.). – Berlin; Boston : De Gruyter, 2025. – Pp. 159–176. – DOI 10.1515/9783111689647-009 (дата обращения: 08.02.2026).

289. Jakobsen, A. L. Translation Process Research / A. L. Jakobsen // The Handbook of Translation and Cognition / J. Schwieter & A. Ferreira (eds.). – Chichester : Wiley-Blackwell, 2017. – Pp. 21–49.

290. Jakobson, R. On linguistic aspects of translation / R. Jakobson // On translation / R. A. Brower (ed.). – Harvard University Press, 1959. – Pp. 232–239.

291. Jenkins, H. Transmedia storytelling / H. Jenkins // MIT Technology Review. – 15 January 2003. – URL: https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling (дата обращения: 30.07.2023).

292. Jenkins, H. Convergence culture. Where old and new media collide / H. Jenkins. – New York : New York University Press, 2006. – 308 p.

293. Jenkins, H. The Moral Economy of Web 2.0 (Part Two) / H. Jenkins // Pop Junctions. – 19 March 2008. – URL: https://henryjenkins.org/blog/2008/03/the_moral_economy_of_web_20_pa_1.html (дата обращения: 09.02.2026).

294. Jenkins, H. Confronting the challenges of participatory culture : Media education for the 21st century / H. Jenkins. – Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 2009. – 129 p.

295. Jenkins, H. The revenge of the origami unicorn : Seven principles of transmedia storytelling / H. Jenkins. – 2009. – URL: http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html (дата обращения: 30.07.2023).

296. Jenkins, H. Transmedia education : The 7 principles revisited / H. Jenkins. – 2010. – URL: http://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html (дата обращения: 30.07.2023).

297. Jenkins, H. Transmedia 202 : Further reflections / H. Jenkins. – 31 July 2011. – URL: http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html (дата обращения: 30.07.2023).

298. Jenkins, H. Spreadable Media : Creating Value and Meaning in a Networked Culture / H. Jenkins, S. Ford, J. Green. – New York : New York University Press, 2013. – 352 p.

299. Jewitt, C. An introduction to multimodality / C. Jewitt // The Routledge handbook of multimodal analysis / C. Jewitt (ed.). – London & New York : Routledge, 2009. – Pp. 14–27.

300. Jiménez-Crespo, M. A. Translation and Web Localization / M. A. Jiménez-Crespo. – London and New York : Routledge, 2013. – 244 p.

301. Kaindl, K. Multimodality and translation / K. Kaindl // The Routledge Handbook of Translation Studies / C. Millán-Varela and F. Bartrina (eds.). – London : Routledge, 2013. – Pp. 257–269.

302. Kaindl, K. Transcreation as a Means of Distinction : The Use of Transcreation in the Translation Industry / K. Kaindl // New Perspectives in Media Translation : Transcreation in the Digital Age / Loukia Kostopoulou and Parthena Charalampidou (eds.). – Cham : Palgrave Macmillan, 2024. – Pp. 15–43. – DOI 10.1007/978-3-031-62832-0_2.

303. Kalogeras, S. Transmedia Storytelling and the New Era of Media Convergence in Higher Education / S. Kalogeras. – London : Palgrave Macmillan, 2014. – 257 p.

304. Karamitroglou, F. Towards a Methodology for the Investigation of Norms in Audiovisual Translation : The Choice Between Subtitling and Revoicing in Greece / F. Karamitroglou. – Amsterdam–Atlanta : Rodopi, 2000. – 300 p.

305. Katan, D. Uncertainty in the Translation professions : time to transcreate? / D. Katan // Cultus. – 2014. – Vol. 7. – Pp. 10–19.

306. Katan, D. Translation at the cross-roads : Time for the transcreational turn? / D. Katan // Perspectives. – 2016. – Vol. 24. – No. 3. – Pp. 365–381. – DOI 10.1080/0907676X.2015.1016049.

307. Kearns, J. Strategies / J. Kearns // Routledge encyclopedia of translation studies / M. Baker, G. Saldanha (eds.). – London & New York : Routledge, 2011. – Pp. 282–285.

308. Keating, C. M. The politics of dubbing : Film censorship and state intervention in the translation of foreign cinema in fascist Italy / C. M. Keating. – Bern : Peter Lang, 2016. – 180 p.

309. Kinder, M. Playing with Power in Movies, Television, and Video Games : From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles / M. Kinder. – Berkeley; Los Angeles : University of California Press, 1991. – URL: http://publishing.cdlib.org/ucpressebooks/view?docId=ft4h4nb22p;brand=ucpress (дата обращения: 30.07.2023).

310. Kinonews. Четвертых «Детей шпионов» в России снабдят запахами. – 29 июня 2011. – URL: https://www.kinonews.ru/news_14833/ (дата обращения: 26.10.2022).

311. Koolstra, C. M. The Pros and Cons of Dubbing and Subtitling / C. M. Koolstra, A. L. Peeters, H. Spinhof // European Journal of Communication. – 2002. – Vol. 17. – No. 3. – Pp. 325–354.

312. Kozloff, S. Overhearing film dialogue / S. Kozloff. – Berkeley & Los Angeles : University of California Press, 2000. – 323 p.

313. Kress, G. Multimodal Discourse : The Modes and Media of Contemporary Communication / G. Kress, T. Van Leeuwen. – London : Oxford University Press, 2001. – 142 p.

314. Kruger, J.-L. Eye Tracking in Audiovisual Translation Research / J.-L. Kruger // The Routledge Handbook of Audiovisual Translation / L. Pérez-González (ed.). – London : Routledge, 2018. – Pp. 350–366.

315. Kruger, H. Cognition and Reception / H. Kruger, J.-L. Kruger // The Handbook of Translation and Cognition / J. Schwieter, A. Ferreira (eds.). – Chichester : Wiley-Blackwell, 2017. – Pp. 71–89.

316. Levey, S. The Interval of Motion in Leibniz's Pacidius Philalethi / S. Levey // NOŬS. – 2003. – Vol. 37. – No. 3. – Pp. 371–416.

317. Liang, S. Happy Together in Cyberspace. Danmu's Affective Impact on Documentary Viewing Experience / S. Liang, J. Díaz-Cintas // Danmu-mediated Communication and Audiovisual Translation in the Digital Age / Sijing

Lu, Siwen Lu and Lisi Liang (eds.). – New York & London : Routledge, 2025. – Pp. 30–48. – DOI 10.4324/9781003475422-3.

318. LISA. The Localization Industry Primer. – 2003. – URL: https://www.immagic.com/eLibrary/ARCHIVES/GENERAL/LISA/L030625P.pdf (дата обращения: 27.07.2023).

319. Long, G. Transmedia storytelling business, aesthetics and production at the Jim Henson Company : PhD Thesis / G. Long. – Cambridge, MA : Massachusetts Institute of Technology, 2007. – 185 p.

320. Lörscher, W. A Psycholinguistic Analysis of Translation Processes / W. Lörscher // Meta. – 1996. – Vol. 41. – No. 1. – Pp. 26–32. – DOI 10.7202/003518ar.

321. Lu, S. Introduction / S. Lu, L. Liang, S. Lu // Danmu-mediated Communication and Audiovisual Translation in the Digital Age / Sijing Lu, Siwen Lu and Lisi Liang (eds.). – New York & London : Routledge, 2025. – Pp. 1–8. – DOI 10.4324/9781003475422-1.

322. Maestri, A. Audiovisual Translation at the Service of EU Public Communication 2.0. Practice Report / A. Maestri // Journal of Audiovisual Translation. – 2021. – Vol. 4. – No. 3. – Pp. 126–148. – DOI 10.47476/jat.v4i3.2021.186.

323. Malenova, E. D. Translating Subtitles – Translating Cultures / E. D. Malenova // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. – 2015. – Т. 8. – № 12. – Pp. 2891–2900.

324. Malenova, E. D. Subtitling practice: from translation to transcreation / E. D. Malenova // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. – 2017. – Т. 10. – № 4. – Pp. 526–536.

325. Malenova, E. D. Creative Practices in Translation of Transmedia Projects / E. D. Malenova // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. – 2018. – Vol. 11. – No. 5. – Pp. 775–786. – DOI 10.17516/1997-1370-0269.

326. Malenova, E. D. Anthropological Factor in Audiovisual Translation: Creativity and Censorship in Dubbing ‘Some Like It Hot' in the Soviet Union / E. D. Malenova // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. – 2023. – Vol. 16. – No. 7. – Pp. 1101–1111.

327. Martín, J. F. C. Transcreation. Coming to Hecuba / J. F. C. Martín, J. J. M. Sierra // New Perspectives in Media Translation : Transcreation in the Digital Age / Loukia Kostopoulou and Parthena Charalampidou (eds.). – Cham : Palgrave Macmillan, 2024. – Pp. 45–75. – DOI 10.1007/978-3-031-62832-0_3.

328. Massey, G. Translation Process Research in Audiovisual Translation / G. Massey, P. Jud // The Palgrave Handbook of Audiovisual Translation and Media Accessibility / Ł. Bogucki, M. Deckert (eds.). – 2020. – Pp. 359–379. – DOI 10.1007/978-3-030-42105-2_18.

329. Massidda, S. Audiovisual Translation and Audience Participation / S. Massidda // Danmu-mediated Communication and Audiovisual Translation in the Digital Age / Sijing Lu, Siwen Lu and Lisi Liang (eds.). – New York & London : Routledge, 2025. – Pp. 10–29. – DOI 10.4324/9781003475422-2.

330. Matamala, A. Translations for dubbing as dynamic texts : Strategies in film synchronization / A. Matamala // Babel. – 2010. – Vol. 56. – No. 2. – Pp. 101–118. – DOI 10.1075/babel.56.2.01mat.

331. Matamala, A. Electrodermal activity as a measure of emotions in media accessibility research : methodological considerations / A. Matamala, O. Soler-Vilageliu, G. Iturregui-Gallardo [et al.] // The Journal of Specialised Translation. – 2020. – Issue 33. – Pp. 129–151.

332. Matkivska, N. Audiovisual Translation : Conception, Types, Characters’ Speech and Translation Strategies Applied / N. Matkivska // Studies about Languages. – 2014. – № 25. – Pp. 38–44.

333. Mayoral, R. Concept of Constrained Translation / R. Mayoral, D. Kelly, N. Gallardo // Meta. – 1988. – Vol. 33. – No. 3. – Pp. 356–367.

334. Mazur, I. Audio description : Concept, theories and research approaches / I. Mazur // The Palgrave Handbook of Audiovisual Translation and

Media Accessibility / Ł. Bogucki, M. Deckert (eds.). – 2020. – Pp. 227–247. – DOI 10.1007/978-3-030-42105-2_12.

335. MIA (Mercato Internazionale Audiovizo). Market Screenings & Comin'UP Guidelines. – 2025. – URL: https://www.miamarket.it/wp-content/uploads/2025/06/Market-screenings-CominUP-Guidelines-25.pdf (дата обращения: 08.02.2026).

336. Microsoft. Localization Introduction. – 01.02.2022. – URL: https://docs.microsoft.com/en-us/globalization/localization/overview (дата обращения: 27.07.2023).

337. Miggiani, G. S. Dialogue Writing for Dubbing : An Insider's Perspective / G. S. Miggiani. – Cham : Palgrave Macmillan, 2019. – 271 p.

338. Mittel, J. Forensic fandom and the drillable text / J. Mittel. – 2009. – URL: http://spreadablemedia.org/essays/mittell/#.W3lyz_kzbDd (дата обращения: 30.07.2023).

339. MODE. Multimodality : Key concepts. What is a mode? Berit Hendriksen in conversation with Gunther Kress. – 16 March 2012. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=kJ2gz_OQHhI (дата обращения: 02.02.2026).

340. Molina, L. Translation Techniques Revisited : A Dynamic and Functionalist Approach / L. Molina, A. Hurtado Albir // Meta. – 2002. – Vol. 47. – No. 4. – Pp. 498–512. – DOI 10.7202/008033ar.

341. Navarathn,a R. Predicting movie ratings from audience behaviors / R. Navarathna, P. Lucey, P. Carr [et al.] // IEEE Winter Conference on Applications of Computer Vision. – Steamboat Springs, CO, USA, 2014. – Pp. 1058–1065. – DOI 10.1109/WACV.2014.6835987.

342. Neotech. Локализация. – 2021. – URL: https://neotech.ru/services/lokalizatsiya (дата обращения: 27.07.2023).

343. Nettelbeck, H. W. Investigating the potential for collaboration between translators and filmmakers in the subtitling of foreign films / H. W. Nettelbeck // Journal of Audiovisual Translation. – 2024. – Vol. 7. – No. 1. – Pp. 1–21. – DOI 10.47476/jat.v7i1.2024.269.

344. Neubert, A. Translation as text / A. Neubert, G. M. Shreve. – Kent, Ohio : Kent State University Press, 1992. – 171 p.

345. Neves, J. Communication Accessibility : 10 answers to 9 questions / J. Neves // Journal of Audiovisual Translation. – 2025. – Vol. 8. – No. 2. – Pp. 1–21. – DOI 10.47476/jat.v8i2.2025.364.

346. Newmark, P. Approaches to translation / P. Newmark. – Shanghai Foreign Language Education Press, 1981. – 200 p.

347. Nicolić, K. Reception studies in audiovisual translation – interlingual subtitling / K. Nicolić // Reception studies and audiovisual translation / E. Di Giovanni & Y. Gambier (eds.). – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins, 2018. – Pp. 179–198.

348. Nida, E. Toward a science of translating : With special reference to principles and procedures involved in Bible translating / E. Nida. – Leiden : E. J. Brill, 1964. – 331 p.

349. Nida, E. A. Translating means communicating : A sociolinguistic theory of translation / E. A. Nida // The Bible translator. – 1979. – Vol. 30. – No. 1. – Pp. 101–107.

350. Nida, E. A. The theory and practice of translation / E. A. Nida, C. R. Taber. – Leiden; Boston : Brill, 2003. – 218 p.

351. Nimdzi. The 2025 Nimdzi 100 : The size and state of the language services industry. – May 2025. – URL: https://www.nimdzi.com/wp-content/uploads/2025/04/2025-Nimdzi-100.pdf (дата обращения: 02.02.2026).

352. Nord, Ch. Text analysis in translation. Theory, methodology, and didactic application of a model for translation-oriented text analysis / Ch. Nord. – 2nd ed. – Amsterdam & New York : Rodopi, 2005. – 262 p.

353. Nord, Ch. Loyalty and Fidelity in Specialized Translation / Ch. Nord // Confluências : Revista de Tradução Científica e Técnica. – 2006. – No. 4. – Pp. 29–41.

354. Nord, Ch. Defining translation functions. The translation brief as a guideline for the trainee translation / Ch. Nord // Ilha do Desterro. – 2008. – Pp. 41–55.

355. Nord, Ch. Translation as a purposeful activity : Functionalist approaches explained / Ch. Nord. – London & New York : Routledge, 2018. – 153 p.

356. O'Hagan, M. Game Localization. Translating for the global digital entertainment industry / M. O'Hagan, C. Mangiron. – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2013. – 374 p.

357. O'Sullivan, C. History of audiovisual translation / C. O'Sullivan, J.-F. Cornu // The Routledge Handbook of Audiovisual Translation / L. Pérez-González (ed.). – London & New York : Routledge, 2019. – Pp. 15–30.

358. Oper.ru. Архив переводов Гоблина. – URL: https://oper.ru/trans/ (дата обращения: 30.04.2026).

359. Orero, P. Audiovisual Translation : A New Dynamic Umbrella / P. Orero // Topics in Audiovisual Translation / P. Orero (ed.). – Amsterdam : John Benjamins, 2004. – Pp. vii–xiii.

360. Orero, P. Conducting experimental research in audiovisual translation (AVT) : A position paper / P. Orero [et al.] // The Journal of Specialised Translation. – 2018. – No. 30. – Pp. 105–126. – DOI 10.26034/cm.jostrans.2018.198.

361. Ortiz, F. Cuban counterpoint : tobacco and sugar / F. Ortiz; trans. H. de Onis. – Durham and London : Duke University Press, 1995. – 408 p.

362. Owji, Z. Translation Strategies : a Review and Comparison of Theories / Z. Owji // Translation Journal. – 2013. – Vol. 17. – No. 1. – URL: https://translationjournal.net/journal/63theory.htm (дата обращения: 09.03.2026).

363. PACTE Group. Building a translation competence model / PACTE Group // Triangulating translation : perspectives in process oriented research / Fabio Alves (ed.). – Amsterdam : John Benjamins, 2003. – Pp. 43–66. – DOI 10.1075/btl.45.

364. Pavesi M. Reappraising verbal language in audiovisual translation. From description to application / M. Pavesi // Journal of Audiovisual Translation. – 2018. – Vol. 1. – No. 1. – Pp. 101–121.

365. Pearce, W. B. Communication and the human condition / W. B. Pearce. – Southern Illinois University Press, 1989. – 219 p.

366. Pedersen, J. How is Culture Rendered in Subtitles? / J. Pedersen // MuTra 2005 – Challenges of Multidimensional Translation : Conference Proceedings. – Saarbrücken, 2005. – URL: https://www.euroconferences.info/proceedings/2005_Proceedings/2005_Pedersen_Jan.pdf (дата обращения: 14.03.2026).

367. Pedersen, J. Cultural Interchangeability : The Effects of Substituting Cultural References in Subtitling / J. Pedersen // Perspectives. – 2007. – Vol. 15. – No. 1. – Pp. 30–48. – DOI 10.2167/pst003.0.

368. Pedersen, D. Exploring the concept of Transcreation – transcreation as ‘more than translation’? / D. Pedersen // Cultus. – 2014. – Vol. 7. – Pp. 57–71.

369. Pérez-González, L. Audiovisual Translation / L. Pérez-González // Routledge Encyclopedia of Translation Studies. – London : Routledge, 2011. – Pp. 13–20.

370. Pérez-González, L. Audiovisual translation : Theories, methods and issues / L. Pérez-González. – London & New York : Routledge, 2014. – 377 p.

371. Pérez-González, L. Rewiring the circuitry of audiovisual translation : Introduction / L. Pérez-González // The Routledge Handbook of Audiovisual Translation. – London & New York : Routledge, 2019. – Pp. 1–12.

372. Phillips, A. A creator's guide to transmedia storytelling : How to captivate and engage audiences across multiple platforms / A. Phillips. – McGraw-Hill Education, 2012. – Kindle Edition. – URL: https://www.amazon.com/Creators-Guide-Transmedia-Storytelling-Captivate/dp/0071791523 (дата обращения: 30.07.2023).

373. Pikkemaat B. Success Factors of Themeparks – an explanatory study / B. Pikkemaat, M. Schuckert // Preliminary Communication. – 2007. – Vol. 5. – № 2. – Pp. 197–208.

374. Pratten R. Getting started in transmedia storytelling : a practical guide for beginners / R. Pratten. – 2011. – URL: https://talkingobjects.files.wordpress.com/2011/08/book-2-robert-pratten.pdf (дата обращения: 30.07.2023).

375. Protекст. Перевод и локализация. В чем разница? – 02.09.2016. – URL: https://protext.su/pro/perevod-i-lokalizatsiya-v-chem-raznitsa (дата обращения: 27.07.2023).

376. Pym, A. Exploring Translation Theories / A. Pym. – London & New York : Routledge, 2010. – 256 p.

377. Pym, A. European Thinking on Secular Translation / A. Pym, K. Windle // The Oxford Handbook of Translation Studies / Kirsten Malmkjær & Kevin Windle (eds.). – Oxford : Oxford University Press, 2011. – DOI 10.1093/oxfordhb/9780199239306.013.0002.

378. Qiu, J. Can Viewers Identify Raw Machine Translation in Subtitles, and What It Means for Reception? / J. Qiu // Journal of Audiovisual Translation. – 2025. – Vol. 8. – No. 1. – Pp. 1–21. – DOI 10.47476/jat.v8i1.2025.316.

379. Ragni, V. More than meets the eye : an eye-tracking study on the effects of translation on the processing and memorisation of reversed subtitles / V. Ragni // The Journal of Specialised Translation. – 2020. – Issue 33. – Pp. 99–128.

380. Reid, H. Literature on the screen : Subtitle translation for public broadcasting / H. Reid // Something Understood : Studies in Anglo-Dutch Literary Translation / Bart Westerweel, Theo D'haen (eds.). – Amsterdam-Atlanta : Rodopi, 1990. – Pp. 97–107.

381. Reiss, K. Translation Criticism – The Potentials & Limitations : Categories and Criteria for Translation Quality Assessment / K. Reiss; trans. Errol F. Rhodes. – London & New York : Routledge, 2000. – 127 p.

382. Reiss K. Type, kind and Individuality of Text : Decision Making in Translation / K. Reiss // The translation studies reader / L. Venuti (ed.). – Oxon : Routledge, 2004. – Pp. 168–179.

383. Reiß K. Towards a General Theory of Translational Action : Skopos Theory Explained / K. Reiß, H. J. Vermeer. – London & New York : Routledge, 2014. – 240 p.

384. Remael, A. Audiovisual Translation / A. Remael // Handbook of Translation Studies / Y. Gambier & L. van Doorslaer (eds.). – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins, 2010. – Pp. 12–17.

385. Remael, A. From Translation Studies and Audiovisual Translation to Media Accessibility / A. Remael, N. Reviers, R. Vandekerckhove // Target. – 2016. – Vol. 28. – No. 2. – Pp. 248–260.

386. Rohn, U. Cultural barriers to the success of foreign media content : Western media in China, India, and Japan / U. Rohn. – Frankfurt am Main : Peter Lang, 2009. – 427 p.

387. Romero-Fresco, P. Naturalness in the Spanish Dubbing Language : a Case of Not-so-close Friends / P. Romero-Fresco // Meta. – 2009. – Vol. 54. – No. 1. – Pp. 49–72. – DOI 10.7202/029793ar.

388. Romero-Fresco, P. Accessible filmmaking : Joining the dots between audiovisual translation, accessibility and filmmaking / P. Romero-Fresco // The Journal of Specialised Translation. – 2013. – No. 20. – Pp. 201–223. – DOI 10.26034/cm.jostrans.2013.410.

389. Romero-Fresco, P. Reception studies in life and pre-recorded subtitles for the deaf and hard of hearing / P. Romero-Fresco // Reception studies and audiovisual translation / E. Di Giovanni & Y. Gambier (eds.). – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins, 2018. – Pp. 199–223.

390. Romero-Fresco, P. Accessible Film-making : Integrating translation and accessibility into the film-making process / P. Romero-Fresco. – New York : Routledge, 2019. – 278 p.

391. Romero-Fresco, P. The dubbing effect : an eye-tracking study on how viewers make dubbing work / P. Romero-Fresco // The Journal of Specialised Translation. – 2020. – Issue 33. – Pp. 17–40.

392. Ruppel, M. Visualizing transmedia networks : Links, paths and peripheries : PhD Dissertation / M. Ruppel. – 2012. – 529 p. – URL: https://drum.lib.umd.edu/bitstream/handle/1903/13589/Ruppel_umd_0117E_13380.pdf (дата обращения: 30.07.2023).

393. Sandberg, D. F. The Truth About Test Screenings / D. F. Sandberg (Ponymasher). – YouTube, 4 October 2019. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=Fnvk9MNokPw (дата обращения: 08.02.2026).

394. Sandywell, B. Dictionary of visual discourse : A dialectical lexicon of terms / B. Sandywell. – New York : Routledge, 2016. – 701 p.

395. Schäler, R. Localization and Translation / R. Schäler // Handbook of Translation Studies / Yves Gambier & Luc van Doorslaer (eds.). – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2010. – Pp. 209–214.

396. Schjoldager, A. Understanding translation / A. Schjoldager, H. Gottlieb, I. Klitgård. – Aarhus : Academica, 2008. – 312 p.

397. Schramm, W. The Nature of Communication between Humans / W. Schramm // The Process and Effects of Mass Communication / W. Schramm, D. F. Roberts (eds.). – Urbana, IL : University of Illinois Press, 1971. – Pp. 3–516. – URL: https://marketing-course.ru/wp-content/uploads/2018/11/schramm.pdf (дата обращения: 10.02.2026).

398. Schulte, R. Theories of Translation. An Anthology of Essays from Dryden to Derrida / R. Schulte, J. Biguenet. – Chicago and London : The University of Chicago Press, 1992. – Pp. 36–54.

399. Sdobnikov, V. V. Translation vs Localization : What's the Difference? / V. V. Sdobnikov // Journal of Siberian Federal University.

Humanities & Social Sciences. – 2018. – Vol. 11. – No. 9. – Pp. 1487–1498. – DOI 10.17516/1997-1370-0317.

400. Sdobnikov, V. V. Is Translation a Means of Cross-Cultural Communication? / V. V. Sdobnikov // Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie. – 2023. – Vol. 22. – No. 3. – Pp. 77–85. – DOI 10.15688/jvolsu2.2023.3.7.

401. Shannon, C. E. A mathematical theory of communication / C. E. Shannon // The Bell System Technical Journal. – 1948. – Vol. 27. – Pp. 379–423, 623–656.

402. Smartling. Translation vs Localization : How is Translation Different from Localization? – 2023. – URL: https://www.smartling.com/resources/101/how-is-translation-different-from-localization (дата обращения: 27.07.2023).

403. Smith, L. C. The Wizard of Oz (1939) / L. C. Smith // Toronto Film Society. – 17 February 2020. – URL: https://torontofilmsociety.com/film-notes/the-wizard-of-oz-1939 (дата обращения: 08.02.2026).

404. Snell-Hornby, M. The Turns of Translation Studies : New paradigms or shifting viewpoints? / M. Snell-Hornby. – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2006. – 205 p.

405. Snyder, J. Audio Description Allows ACB Members to ‘See’ the Eclipse / J. Snyder // American Council of the Blind. – 2024. – URL: https://www.acb.org/content/audio-description-allows-acb-members-see-eclipse (дата обращения: 13.02.2026).

406. Spillner, B. Stilsemiotik / B. Spillner // Stilfragen / Gerhard Stickel (hrsg.). – Berlin ; New York : de Gruyter, 1995. – Pp. 62–93.

407. Sprung, R. C. Introduction / R. C. Sprung // Translating Into Success : Cutting-edge strategies for going multilingual in a global age / Robert C. Sprung & Simone Jaroniec (eds.). – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins, 2000. – Pp. ix–xxii.

408. Steam. Steam Translation Server. – 2026. – URL: https://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?id=192043155 (дата обращения: 05.03.2026).

409. Stöckl, H. In between modes : Language and image in printed media / H. Stöckl // Perspectives on multi-modality / E. Ventola, C. Charles & M. Kaltenbacher (eds.). – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins, 2004. – Pp. 9–30.

410. Stojanov, T. Foreign language dubbing practices / T. Stojanov // 131st Convention of Audio Engineering Society. – New York, NY, USA, 2011. – URL: https://www.academia.edu/2303960/Foreign_Language_Dubbing_Practices (дата обращения: 18.11.2022).

411. Szarkowska, A. The Power of Film Translation / A. Szarkowska // Translation Journal. – 2005. – № 9 (2). – URL: http://translationjournal.net/journal/32film.htm (дата обращения: 14.11.2022).

412. Szarkowsk,a A. Auteur Description : From the Director's Creative Vision to Audio Description / A. Szarkowska // Journal of Visual Impairment & Blindness. – 2013. – Vol. 107. – No. 5. – Pp. 383–387. – DOI 10.1177/0145482X1310700507.

413. Szarkowska, A. The effects of text editing and subtitle presentation rate on the comprehension and reading patterns of interlingual and intralingual subtitles among deaf, hard of hearing and hearing viewers / A. Szarkowska [et al.] // Across Languages and Cultures. – 2016. – Vol. 17. – No. 2. – Pp. 183–204. – DOI 10.1556/084.2016.17.2.3.

414. Szarkowska, A. Colour coding subtitles in multilingual films – a reception study / A. Szarkowska, J. Boczkowska // Perspectives. – 2022. – Vol. 30. – No. 3. – Pp. 520–536. – DOI 10.1080/0907676X.2020.1853186.

415. Szarkowska, A. The Impact of Video and Subtitle Speed on Subtitle Reading : An Eye-tracking Replication Study / A. Szarkowska [et al.] // Journal of Audiovisual Translation. – 2024. – Vol. 7. – No. 1. – Pp. 1–23. – DOI 10.47476/jat.v7i1.2024.283.

416. TADVISER. 2022. Рост рынка на 17 % до 67,8 млрд рублей – «TMT Консалтинг». – URL: https://clck.ru/34kYha (дата обращения: 19.06.2023).

417. TADVISER 2023. Фильмов и сериалов корейского и турецкого производства в России впервые стало больше голливудских. – URL: https://clck.ru/34kYha (дата обращения 19.06.2023).

418. Taylor, S. Dynamic units of visual speech / S. Taylor, M. Mahler, B. Theobald, I. Matthews // ACM/Eurographics Symposium on Computer Animation (SCA). – 2012. – Pp. 275–284.

419. Taylor, S. A mouth full of words : Visually consistent acoustic redubbing / S. Taylor, B.-J. Theobald, I. Matthews // 2015 IEEE International Conference on Acoustics, Speech and Signal Processing (ICASSP). – 2015. – Pp. 4904–4908. – DOI 10.1109/ICASSP.2015.7178903.

420. THQ Nordic Inside. Gothic 1 Remake | Специальный выпуск за кулисами : Сообщество. – YouTube, 30 апреля 2026 г. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=niezQZLqQow (дата обращения: 10.05.2026).

421. Toury, G. Descriptive Translation Studies and Beyond / G. Toury. – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 1995. – 311 p.

422. Tymoczko, M. Trajectories of Research in Translation Studies / M. Tymoczko // Meta. – 2005. – Vol. 50. – No. 4. – Pp. 1082–1097. – DOI 10.7202/012062ar.

423. Venuti, L. The translator’s invisibility. A history of translation / L. Venuti. – London & New York : Routledge, 1995. – 353 p.

424. Verbit. Celebrating 35 years of the ADA : A closer look at the role of captioning. – 18 July 2025. – URL: https://verbit.ai/captioning/celebrating-35-years-of-the-ada-a-closer-look-at-the-role-of-captioning/ (дата обращения: 21.04.2026).

425. Vinay, J.-P. Comparative stylistics of French and English : A methodology for translation / J.-P. Vinay, J. Darbelnet. – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 1995. – 358 p.

426. Volkova, I. D. Trancreation in the Audiovisual Translation of Films / I. D. Volkova, V. A. Mitiagina // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. – 2023. – Vol. 16. – No. 6. – Pp. 1005–1014.

427. Walczak, A. Creative description : The impact of audio description style on presence in visually impaired audiences / A. Walczak, L. Fryer // British Journal of Visual Impairment. – 2017. – Vol. 35. – No. 1. – Pp. 6–17. – DOI 10.1177/0264619616661603.

428. Wang, B. Exploring approaches to Interpreting Studies. From semiotic perspectives to multimodal analysis / B. Wang // Chinese Semiotic Studies. – 2018. – Vol. 14. – No. 2. – Pp. 149–161. – DOI 10.1515/css-2018-0010.

429. Wenxiu, P. Analysis of New Media Communication Based on Lasswell's "5W" Model / P. Wenxiu // Journal of Educational and Social Research. – 2015. – Vol. 5. – Pp. 245–250. – DOI 10.5901/jesr.2015.v5n3p245.

430. Westley, B. H. A Conceptual Model for Communications Research / B. H. Westley, M. S. MacLean // Journalism Quarterly. – 1957. – Vol. 34. – No. 1. – Pp. 31–38. – DOI 10.1177/107769905703400103.

431. Wu, Z. Towards a corpus-driven approach to audiovisual translation (AVT) reception : A case study of YouTube viewer comments / Z. Wu, Zh. Chen // JoSTrans. – 2022. – No. 38. – URL: https://jostrans.soap2.ch/issue38/art_wu.php.

432. Yin, B. Can Danmu Enhance the Watching Experience for Chinese Viewers? / B. Yin, H. Jia, S. Lu // Danmu-mediated Communication and Audiovisual Translation in the Digital Age / Sijing Lu, Siwen Lu and Lisi Liang (eds.). – New York & London : Routledge, 2025. – Pp. 110–131. – DOI 10.4324/9781003475422-7.

433. Zabalbeascoa, P. From Techniques of Translation to Types of Solutions / P. Zabalbeascoa // Investigating Translation / A. Beeby et al. (eds.). – Amsterdam – Philadelphia : John Benjamins, 2000. – Pp. 117–128.

434. Zabalbeascoa, P. The Nature of the Audiovisual Text and its Parameters / P. Zabalbeascoa // The Didactics of Audiovisual Translation / J. Díaz-Cintas (ed.). – Amsterdam and Philadelphia : John Benjamins, 2008. – Pp. 21–37.

435. Zabalbeascoa, P. Translation in constrained communication and entertainment / P. Zabalbeascoa // New insights into audiovisual translation and media accessibility. – Amsterdam – New York : Rodopi, 2010. – Pp. 25–40.

436. Zanotti, S. Translation and transcreation in the dubbing process. A genetic approach / S. Zanotti // Cultus. – 2014. – Vol. 7. – Pp. 109–134.

437. Zanotti, S. Historical approaches to AVT reception : Methods, issues and perspectives / S. Zanotti // Reception Studies and Audiovisual Translation / Elena Di Giovanni, Yves Gambier (eds.). – Philadelphia : John Benjamins Publishing, 2018. – Pp. 133–158.

438. Zethsen, K. K. Intralingual Translation : An Attempt at Description / K. K. Zethsen // Meta. – 2009. – Vol. 54. – No. 4. – Pp. 795–812. – DOI 10.7202/038904ar.

Словари и справочные издания

1. Большой толковый словарь русских существительных : Идеографическое описание. Синонимы. Антонимы / под ред. проф. Л. Г. Бабенко. – М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2005. – 864 с. – URL: https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovyj-slovar-russkikh-sushhestvitelnykh (дата обращения: 15.03.2026).

2. Бочкарев, А. Е. Семантический словарь / А. Е. Бочкарев. – Н. Новгород : ДЕКОМ, 2003. – 197 с.

3. ГОСТ Р 57763–2017. Скрытые субтитры для инвалидов по слуху. Общие технические требования. URL: https://meganorm.ru/Data2/1/4293742/4293742938.pdf (дата обращения: 02.05.2026).

4. Жукова, И. Н. Словарь терминов межкультурной коммуникации / И. Н. Жукова. – М. : ФЛИНТА, 2013. – 632 с. URL: https://voluntary.ru/slovari/slovar-terminov-mezhkulturnoi-kommunikacii-2013.html (дата обращения: 02.09.2023).

5. Кино : Энциклопедический словарь / гл. ред. С. И. Юткевич; редкол. : Ю. С. Афанасьев, В. Е. Баскаков, И. В. Вайсфельд и др. – М. : Советская энциклопедия, 1987. – 640 с.

6. Кинопоиск. Жанры. – 2026. URL: https://www.kinopoisk.ru/lists/categories/movies/8/?utm_referrer=www.google.com (дата обращения: 20.02.2026).

7. Крысин, Л. П. Современный словарь иностранных слов / Л. П. Крысин. – М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2012. – 416 с. – URL: https://gramota.ru/biblioteka/slovari/slovar-9 (дата обращения: 15.03.2026).

8. Кузнецов, С. А. Большой толковый словарь русского языка / С. А. Кузнецов. – Авторская редакция, 2000. – 1536 с. URL: https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovyj-slovar (дата обращения: 15.03.2026).

9. Новая философская энциклопедия. – 2007–2010. URL: https://iphras.ru/elib/0111.html (дата обращения: 21.03.2026).

10. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Л. М. Алексеева, В. И. Аннушкин, Е. А. Баженова [и др.]; под ред. М. Н. Кожиной. – М. : ФЛИНТА, 2019. – 696 с.

11. Толковый словарь государственного языка Российской Федерации. – 2025. – 395 с. URL: https://rep.herzen.spb.ru/publication/18669 (дата обращения: 15.03.2026).

12. Audio Description Coalition. Standards for Audio Description and Code of Professional Conduct for Describers. – June 2009. – URL: https://audiodescriptionsolutions.com/wp-content/uploads/2020/04/adc_standards_090615.pdf (дата обращения: 02.05.2026).

13. Cambridge Dictionary. Strategy. URL: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/strategy (дата обращения: 10.03.2026).

14. IMDb. Popular interests. – 2026. URL: https://www.imdb.com/interest/all/ (дата обращения: 20.02.2026).

15. ISO 17100. Translation Services – Requirements for translation services. – May 2015. – 19 p.

16. Merriam-Webster Dictionary. Strategy. URL: https://www.merriam-webster.com/dictionary/strategy (дата обращения: 10.03.2026).

17. Netflix. Audio Description Style Guide v2.5. – 27 April 2023. URL: https://partnerhelp.netflixstudios.com/hc/en-us/articles/215510667-Audio-Description-Style-Guide-v2-#h_01GZ20FYK7HFCW9ZXYK1YCGP16 (дата обращения: 02.05.2026).

18. Netflix. Russian Timed Text Style Guide. – 19 December 2025. URL: https://partnerhelp.netflixstudios.com/hc/en-us/articles/215346638-Russian-Timed-Text-Style-Guide (дата обращения: 12.04.2026).

19. Oxford Learner’s Dictionary. Strategy. URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/strategy (дата обращения: 10.03.2026).

20. The Free Dictionary. Tear someone a new one. URL: https://idioms.thefreedictionary.com/tear+someone+a+new+one (дата обращения: 30.04.2026).

Источники иллюстративного материала

1. Ананьев, М. (Режиссер). Свадьба в Малиновке. Непридуманные истории. Первый канал, Россия, 2013.

2. Грини, Б. (Режиссер). Реальная поездка (закадровый перевод – компания RuFilms), США, 2013.

3. Гэтисс, М., Моффат С. (Создатели). Шерлок (официальный дублированный перевод – «Первый канал»), Великобритания, 2010–2017.

4. Даттон, Д. (Продюсер). Гламур-Мамочки (закадровый перевод – компания RuFilms), Австралия, 2017.

5. Джексон, П. (Режиссер). Властелин колец : Братва и кольцо (перевод под закадровое озвучивание – Дмитрий «Гоблин» Пучков), США, Новая Зеландия, 2001.

6. Джексон, П. (Режиссер). Властелин колец : Братство кольца (официальный дублированный перевод – «Мосфильм-Мастер»), США, Новая Зеландия, 2001.

7. Коламбус, К. (Режиссер). Гарри Поттер и философский камень (официальный дублированный перевод – «Мосфильм-Мастер»), Великобритания, США, 2001.

8. Конан Дойл, А. Полное собрание повестей и рассказов о Шерлоке Холмсе в одном томе. М. : Эксмо, 2014. 1488 с.

9. Лорри, Ч., Прэди, Б. (Создатели). Теория большого взрыва (перевод под закадровое озвучивание – студия «Кураж-Бамбей»), США, 2008–2019.

10. Ройланд, Дж., Хармон, Д. (Создатели и исполнительные продюсеры). Рик и Морти (перевод субтитров – компания RuFilms), США, 2013–2026.

11. Сорен, Д. (Режиссер). Капитан Подштанник : Первый эпический фильм (перевод под закадровое озвучивание – компания RuFilms), США, 2017.

12. Уайлдер, Б. (Режиссер). В джазе только девушки (официальный дублированный перевод – Киностудия им. М. Горького), США, 1959.

13. Фавро, Дж. (Режиссер) Железный человек 2 (официальный дублированный перевод – студия «Пифагор»), США, 2010.

14. Филлипс, Т. (Режиссер). Мальчишник в Вегасе (официальный дублированный перевод – «Мосфильм-Мастер»), США, 2009.

15. Хасл от Фифти / YouTube.Kai Cenat купил робота за $70,000... (перевод). 2 февраля 2025. URL: https://www.youtube.com/watch?v=MAlabZaXqSM&t=30s (дата обращения: 01.05.2026).

16. Шекспир, У. Генрих V / пер. Е. Бируковой // Полное собрание сочинений : в 8 т. М. : Искусство, 1959. Т. 4. С. 371–491.

17. Ananiev, M. (Director). Wedding in Malinovka : True-Life Stories. (subtitled by RuFilms Company). Channel One Russia, 2013.

18. Columbus, C. (Director). Harry Potter and the Philosopher's Stone. Warner Bros. Pictures, 2001.

19. Doyle, A. K. The Adventure of the Abbey Grange. 1998. URL: https://ignisart.com/camdenhouse/canon/abbe.htm (дата обращения: 01.05.2026).

20. Doyle, A. K. The Red-Headed League. London : P. James Macaluso, 2014. 41 p.

21. Dutton, D. (Producer). Yummy Mommies. Seven Network, 2017.

22. Favreau, J. (Director). Iron Man 2. Marvel Studios; Paramount Pictures, 2010.

23. Gatiss, M., Moffat S. (Creators). Sherlock. Hartswood Films. BBC Wales. WGBH, 2010–2017.

24. Greene, B. (Director). Reality Rides. Greene HD Productions, 2013.

25. Jackson, P. (Director). The Lord of the Rings : The Fellowship of the Ring. New Line Cinema, 2001.

26. Kai Cenat Live / YouTube. Kai Cenat Buys A $70,000 Robot... 29 January 2025. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Y4z3psSbMEo (дата обращения: 01.05.2026).

27. Lorre, C., Prady, B. (Creators). The Big Bang Theory. CBS, 2008–2019.

28. Phillips, T. (Director). The Hangover. Legendary Pictures, Green Hat Films, BenderSpink. Warner Bros. Pictures, 2009.

29. Roiland, J., Harmon, D. (Creators & Executive producers). Rick and Morty. Cartoon Network. Adult Swim, 2013–2026.

30. Shakespeare, W. Henry V. 2023. URL: http://shakespeare.mit.edu/henryv/full.html (дата обращения: 01.05.2026).

31. Soren, D. (Director). Captain Underpants : The First Epic Movie. DreamWorks Animation, 2017.

32. TED / YouTube. Amy Cuddy. Your body language may shape who you are. 1 October 2012. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Ks-_Mh1QhMc (дата обращения: 01.05.2026).

33. TED / YouTube. Эми Кадди : Язык тела формирует вашу личность. 01 октября 2012 г. (закадровый перевод – YouTube). URL: https://www.youtube.com/watch?v=Ks-_Mh1QhMc (дата обращения: 01.05.2026).

34. Wilder, B. (Director). Some Like It Hot. Mirisch Company; United Artists, 1959.

Список используемых сокращений

АВП – аудиовизуальный перевод

ИТ – исходный текст (текст оригинала)

ИЯ – исходный язык (язык оригинала)

КСАВП – коммуникативная ситуация аудиовизуального перевода

КСП – коммуникативная ситуация перевода

ПТ – переводной текст (текст перевода)

ПЯ – переводящий язык (язык перевода)

Ключевые термины и определения, используемые в работе

Аудиовизуальный перевод – высокотехнологичный процесс декодирования и передачи вербального и невербального компонентов полимодального единства аудиовизуального произведения средствами языка перевода, в результате чего создается новый вербальный компонент этого единства, пригодный к дальнейшей обработке (локализации) с учетом общего контекста произведения, особенностей принимающей культуры, особенностей потребления контента его реципиентами, функциональных и нормативных требований, предъявляемых в рамках отдельного вида перевода [определение автора].

Аудиовизуальный полимодальный текст – сложная синкретическая коммуникативная система, семиотически осложненная за счет комплексного использования различных семиотических модусов, участвующих в процессе порождения значения. Носителями означаемого в такого рода текстах могут быть не только вербальные элементы, но и невербальные модусы и субмодусы, актуализирующиеся посредством визуального, аудиального, ольфакторного и кинестетического перцептивных каналов и денотирующие и коннотирующие означаемое за счет соединения в различных комбинациях [определение автора].

Вселенная (трансмедийная, фикциональная) – внутренне согласованная воображаемая нарративная система, созданная одним или несколькими произведениями, которая позволяет авторам выстраивать явные или неявные перемещения героев между сериями, сюжетными арками и локациями внутри единого вымышленного мира [Burnett 2021].

Зрители с особыми когнитивными потребностями – слепые, слабовидящие, глухие, слабослышащие и прочие зрители [Специалист в области перевода и медиадоступности 2021: 23].

Коммуникативная ситуация аудиовизуального перевода – динамическое образование, совокупность условий и факторов процесса

межъязыковой и/или интерсемиотической коммуникации, опосредованной комплексом ключевых модусов, актуализируемых посредством различных перцептивных каналов, в процессе которой создается, локализуется и транслируется целевой продукт – аудиовизуальный текст, производящий коммуникативный эффект на получателя и инициирующий непосредственную и опосредованную обратную связь [определение автора].

Коммуникативная ситуация перевода – «фрагмент реальной действительности, представляющий собой системную совокупность экстралингвистических условий осуществления предметных действий коммуникантов, координируемых посредством их речевой деятельности, в ходе которой создается материальный продукт – речевое сообщение» [Сдобников 2015: 64]

Локализация – «комплексный коммуникативный, когнитивный, лингвистический и технологический процесс, посредством которого интерактивные цифровые тексты модифицируются с целью дальнейшего их использования в иных лингвистических и социокультурных контекстах в соответствии с ожиданиями целевых аудиторий и требованиями инициаторов данного процесса» [Jiménes-Crespo 2013: 20]. Локализация – гипероним по отношению к понятию «аудиовизуальный перевод» и обозначает весь процесс работы с аудиовизуальным текстом на языке оригинала и языке перевода, включающий подготовительный, переводческий и технологический этапы.

Медиадоступность – «обеспечение людям с ограниченными возможностями здоровья равных возможностей доступа к различным средствам информирования или развлечения (фильмам, телепередачам, музыке, книгам, веб-сайтам и т.д.). Такое включение позволит разрушить барьеры и будет способствовать инклюзии, позволяя всем и каждому участвовать в культурных, образовательных и развлекательных мероприятиях» [Александрова 2023: 272].

Перевод – «речевая деятельность переводчика по созданию текста на ПЯ с опорой на текст ИЯ, результат которой выступает в качестве инструмента обеспечения успешной предметной деятельности инициатора перевода и коммуникантов в данной коммуникативной ситуации» [Сдобников 2015: 47].

Профессиональное поведение аудиовизуального переводчика – совокупность действий переводчика, включающая учет компонентов коммуникативной ситуации аудиовизуального перевода, технологических особенностей и условий осуществления переводческого процесса, этических норм перевода и реализуемая в форме стратегически-тактической деятельности: планирование собственных действий с учетом комплексного характера локализации аудиовизуальных произведений и отбор переводческих стратегий, тактик и переводческих операций в условиях разнообразия коммуникативных ситуаций переводческой деятельности.

Стратегия аудиовизуального перевода – динамическая, многоуровневая программа профессиональной деятельности аудиовизуального переводчика (или команды локализации), которая включает ориентирование в коммуникативной ситуации АВП (КСАВП), формулирование и корректировку цели перевода, прогнозирование возможных изменений внешних параметров, детальное планирование процесса перевода и непрерывный или дискретный контроль результатов этого процесса. Стратегия направлена на достижение коммуникативной цели в конкретной ситуации перевода полимодального аудиовизуального произведения и учитывает специфику КСАВП, требования инициатора перевода, а также необходимость обеспечить адекватное воздействие на целевую аудиторию языка перевода и комфортное потребление аудиовизуального продукта [определение автора].

Стратегия коммуникативно-равноценного перевода – «программа осуществления переводческой деятельности, предусматривающая реализацию коммуникативной интенции автора оригинала в форме создания

текста на ПЯ, потенциально способного обеспечивать коммуникативное воздействие на получателя перевода в соответствии с ожиданиями автора оригинала и соответственно взаимодействие разноязычных коммуникантов в условиях совместной предметной деятельности» [Сдобников 2015: 151].

Стратегия переадресации – «общая программа осуществления переводческой деятельности, направленной на создание текста на ПЯ, предназначенного для получателя, который отличается от реципиента ИТ не только своей национально-культурной принадлежностью, но и социальными характеристиками» [Сдобников 2015: 170].

Стратегия перевода – «общая программа осуществления переводческой деятельности в условиях определенной коммуникативной ситуации двуязычной коммуникации, определяемая специфическими особенностями данной ситуации и целью перевода и, в свою очередь, определяющая характер профессионального поведения переводчика в рамках данной коммуникативной ситуации» [Сдобников 2015: 135].

Тактика перевода – «системно организованная совокупность переводческих операций, которая используется для решения определенной задачи в рамках избранной стратегии перевода» [Сдобников 2015: 144].

Трансмедийный проект – совокупность полимодальных текстов, функционирующих на различных медиаплатформах и состоящих друг с другом в постоянной динамической связи: распространение проекта на новую платформу предусматривает обязательную трансформацию исходного материала и приращение новых идей и смыслов, что позволяет создателям проекта привлекать внимание новых целевых аудиторий [определение автора].

Формат – «устойчивая модель организации, композиции и дистрибуции медиатекста, задающую его визуально-коммуникативную структуру, режим потребления и характер взаимодействия с аудиторией. В отличие от жанра, фиксирующего содержательные и стилистические параметры высказывания, формат задает технологические и

организационные рамки медиатекста, в которых формируются его языковые, структурные и прагматические характеристики» [Распопов 2025: 108].

Справка

об использовании результатов исследования

Настоящим подтверждаю, что результаты исследований Е. Д. Малёновой, представленные в научных статьях и монографии «Стратегии и тактики аудиовизуального перевода», Казань: Бук, 2026 в части обучения теории и практике аудиовизуального перевода, используются в учебном процессе Maqsut Narikbayev University при разработке и реализации программы научно-педагогической магистратуры 7М02321 «Переводческое дело» по направлению 7М023 «Языки и литература», группа образовательных программ М056 «Переводческое дело, синхронный перевод», в Высшей гуманитарной школе, а также при подготовке магистерских диссертаций обучающихся по направлению 7М023 «Языки и литература», образовательная программа 7М02321 «Переводческое дело».

Директор (декан)
Высшей гуманитарной школы
Maqsut Narikbayev University Ж. Т. Бопурова

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»
(ФГАОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»)
пр. Мира, 55-А, г. Омск, 644077,
+7 3812 670 104, rector@omsu.ru, http://www.omsu.ru
ОГРН 1025500532947, ИНН/КПП 5501003925/550101001

09.06.2026 № Исх.2026-1978

На № _____ от _____

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова»

603155, Нижегородская область, г. Нижний Новгород, ул. Минина, дом 31А

Диссертационный совет 24.2.344.03

Справка

об использовании результатов исследования

Настоящим подтверждаю, что результаты исследований Е. Д. Малёновой, представленные в научных статьях и монографии «Стратегии и тактики аудиовизуального перевода», Казань: Бук, 2026 в части обучения теории и практике аудиовизуального перевода, используются в учебном процессе Омского государственного университета им. Ф. М. Достоевского при разработке и реализации программы магистратуры по направлению 45.04.02 «Лингвистика», профиль «Аудиовизуальный перевод и медиадоступность» на кафедре лингвистики и перевода факультета филологии, переводоведения и медиакоммуникаций, а также при подготовке выпускных квалификационных работ студентов, обучающихся по направлению 45.03.02 «Лингвистика», профиль «Перевод и переводоведение».

И.о. ректора А.С. Полынский

Исполнитель:Гацура Наталья Игоревна, тел. +7 983 526 73 66, GatcuraNI@omsu.ru