

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2024, Том 15, № 2 / 2024, Vol. 15, Iss. 2 <https://sfk-mn.ru/issue-2-2024.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/09FLSK224.pdf>

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

Ссылка для цитирования этой статьи:

Кривошеева, В. В. Адаптация имен собственных в мультимедийных продуктах / В. В. Кривошеева // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2024. — Т. 15. — № 2. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/09FLSK224.pdf>

For citation:

Krivosheyeva V.V. Adaptation of proper names in media products. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*. 2024;15(2): 09FLSK224. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/09FLSK224.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 81-2

Кривошеева Валерия Валерьевна

АНО ВО «Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского», Москва, Россия

Преподаватель кафедры «Теории, практики и дидактики перевода»

E-mail: valerie.nik95@gmail.com

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=1212127

Адаптация имен собственных в мультимедийных продуктах

Аннотация. Автором представлено исследование, которое посвящено выявлению и описанию комплексных переводческих преобразований, осуществляемых переводчиком в процессе адаптации имен собственных в паре языков русский-английский. Данная статья является частью диссертационного исследования автора. Специфика адаптации данных языковых элементов обуславливается формой текстов, которые автор, в соответствии с их характеристиками, объединяет в единое понятие «мультимедийный продукт». В исследовании рассматриваются теоретические предпосылки проблемы, описываются существующие способы перевода имен собственных, автор исследования обращается также к теории дискурса и транслотологическим особенностям текстов, под которыми понимаются «мультимедийные продукты». Отдельно рассматривается общепринятый порядок действий при передаче имен собственных с одного языка на другой и важность учета культурологического аспекта непосредственно в художественных текстах, прагматической целью которых является оказание эмоционального воздействия на реципиента текста. В ходе анализа фактического материала и в практической части настоящего исследования автор уделяет отдельное внимание аспекту неоднородности текстов, которые содержат элементы разноуровневых семиотических систем, влияющих на общее восприятие целостного продукта. Характер и степень взаимодействия данных элементов влияет на алгоритм действий переводчика в отношении перевода отдельных языковых единиц, под которыми понимаются имена собственные, учитываются не только лингвистические, но и экстралингвистические факторы. В заключении исследования автор отмечает специфику процесса адаптации, в рамках которого происходит взаимодействие не только специалиста переводческого профиля, но и специалистов смежных профессий, имеющих непосредственное отношение к переводу и адаптации мультимедийных продуктов в паре русский-английский языки.

Ключевые слова: поликодовый; креолизованный; мультимодальный; перевод; художественное произведение; имя собственное; адаптация

Развитие информационно-коммуникативных технологий существенно изменило коммуникативный фон человека, повлияло на его восприятие и создание новых способов коммуникации разного рода. Наряду с вербальной информацией активную популярность приобретают способы передачи информации невербальными способами для повышения эффективности передачи сообщения.

Так и в лингвистике современные ученые не ограничивают себя исследованиями отдельных семиотических систем, оставаясь исключительно в пределах их рамок. Множественные семиотические коды, доступные человеческому восприятию, часто пересекаются, создавая комплексные продукты, и, соответственно, новые способы передачи информации [1].

Мультимедийные продукты, в рамках исследований, о которых идет речь, относят нас к нескольким понятиям теории дискурса и транслатологии. Рассмотрим их подробно.

Поликодовый текст — это текст, составленный из знаков разных семиотических систем, а именно «из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [2].

По мнению В.Е. Чернявской, понятие «поликодовость» заключается в интеграции вербального, визуального, аудиального и других знаковых уровней в коммуникативное целое [3]. Поликодовые типы текстов в современном мире представлены рядом явлений: рекламные тексты, плакаты, видеоклипы, мюзиклы, фильмы и сериалы, видеоигры, комиксы, графические новеллы и другие [4]. Несмотря на общую принадлежность данных видов текста к одному типу, у каждого из них есть свои особенности и специфичные характеристики, которые представляют особую сложность в процессе перевода и требуют внимания переводчика при передаче отдельных единиц с одного языка на другой.

Креолизованный текст — это особая разновидность текста, «фактура которого состоит из двух негомогенных частей: вербальной и невербальной, принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык» [2].

Понятие «креолизованный» акцентирует внимание на характере и качестве взаимодействия элементов различных уровней. При изучении «креолизованных» текстов лингвисты обращают внимание на присутствие или отсутствие тех или иных элементов, их влияние друг на друга с целью воспроизведения или дополнения смысла сообщения. Е.Е. Анисимова рассматривает креолизованный текст с точки зрения взаимодействия вербальных и паралингвистических средств в письменной коммуникации и предлагает классификацию креолизованных текстов на основе сферы их применения (научно-технические, тексты-инструкции, иллюстрированные художественные тексты и т. д.), а также по типу корреляции, которая существует между вербальными и невербальными компонентами. Рассмотрим подробнее данную классификацию:

1. Тексты с нулевой креолизацией. В данных текстах один из компонентов отсутствует, а текст является гомогенным (состоящим полностью из вербальных элементов или полностью из невербальных элементов).
2. Креолизованные тексты смешанного типа. В данных текстах вербальный элемент равноценен невербальному, следовательно, при отсутствии одного из них (чаще всего — невербального) понимание общего смысла не нарушается.
3. Тексты с частичной креолизацией. В данных текстах невербальный элемент играет вспомогательную роль.
4. Тексты с полной креолизацией. В данных текстах все элементы являются обязательными и неотделимыми друг от друга. В случае опущения какого-либо из компонентов, общий смысл текста будет потерян [5; 6].

Несмотря на взаимозаменяемость понятий «поликодовый» и «креолизованный» в ряде исследований, следует выделить их отличия, а также подчеркнуть некоторые характеристики негомогенных текстов, на которых делается акцент в каждом конкретном определении. Понятие «креолизованный» акцентирует внимание на характере и качестве взаимодействия элементов различных уровней. При изучении «креолизованных» текстов лингвисты обращают внимание на присутствие или отсутствие тех или иных элементов, их влияние друг на друга с целью воспроизведения или дополнения смысла сообщения.¹

Нельзя не упомянуть еще один смежный термин.

Мультимедийный (мультимодальный) текст — это текст, в котором коммуникативная ситуация представлена с использованием нескольких модальностей восприятия, конкретно, зрения и слуха [7].

Термин «мультимодальность» был введен Г. Крессом и Т. Ван Леуvenом и прочно закрепился в отечественном языкознании для описания взаимодействия различных модусов коммуникации в широком смысле. Данный термин пользуется популярностью в основном у зарубежных исследователей и, в отличие от терминов «поликодовый» и «креолизованный», обращает внимание именно на способы восприятия одного текста разными модальностями (сенсорные каналы восприятия информации), а не на составляющие разных знаковых систем и способы их взаимодействия друг с другом [8].

В рамках настоящего исследования используется понятие мультимедийных продуктов, чтобы обратиться больше к переводческому аспекту и роли переводчика при передаче/локализации подобных текстов и даже целостных продуктов.

Как уже было упомянуто, мультимедийные продукты, включающие в себя вербальную и невербальную информацию, представлены рядом элементов: реклама, игры, кино, комиксы и т. д. Основная задача таких текстов — развлекательная. Прагматический потенциал данных продуктов подразумевает оказание эмоционального воздействия на читателя, зрителя, реципиента. С учетом данного условия важно обратиться к понятию «художественного текста» и, в том числе, — к целям использования наименований и имен собственных в подобных текстах.

Художественный текст — это коммуникативно направленное вербальное произведение, обладающее эстетической ценностью, выявленной в процессе его восприятия [9].

Таким образом, в художественных текстах имена собственные обладают не только номинативной функцией, они могут выражать отношение говорящего к называемому объекту (уменьшительно-ласкательные имена и т. д.), могут давать характеристику обозначаемому объекту, указывать на определенный объект из множества других (дейктическая функция — the Harry) и многое другое. Более того, существует множество классификаций имен собственных, и принадлежность ономастического элемента к тому или иному типу также влияет на выбор стратегии переводчика при передаче данных элементов с одного языка на другой.

Для подтверждения данной точки зрения обратимся к устоявшимся способам перевода имен собственных.

¹ Анисимова, Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учебное пособие / Е.Е. Анисимова. — М.: Изд. центр «Академия», 2003. — 128 с.

Д.И. Ермолович, доктор фил. наук и известный лингвист в области изучения имен собственных, выделяет два способа — транслитерация (принцип графического подобия) и транскрипция (принцип фонетического подбора). Однако учёный не ограничивается исключительно двумя принципами, приводя во внимание также важность учета национально-языковой принадлежности имени, сохранения тождества имени, учета исторических традиций, учета характеризующих компонентов значения имени. Также в своих трудах он обращает внимание на принцип благозвучия, адаптацию имени к грамматической системе принимающего языка, принцип этимологического соответствия и некоторые другие.

Соблюдение и учет всех принципов расширяет выбор способа перевода в процессе передачи имени собственного с одного языка на другой. Мы можем говорить об использовании таких приемов, как «функциональный аналог», трансформации «замена» и «компенсация», «калька» и даже «создание неологизма».

В своих трудах, посвященных особенностям имен собственных (далее — ИС), Д.И. Ермолович предлагает переводчикам следующий порядок действий при передаче данных элементов:

1. Убедиться, что переводчик имеет дело с ИС, т. е. названием индивидуального предмета.
2. Определить, к какому классу предметов (денотату) относится ИС.
3. Определить национально-языковую принадлежность ИС.
4. Проверить, не имеет ли ИС традиционных обозначений.
5. Принять переводческое решение с учетом всех компонентов формы и содержания ИС, характера перевода и целевой аудитории [10].

Таким образом, важность культурологического аспекта, разница культур языка оригинала и принимающего языка оказывают свое влияние на действия переводчика в отдельных случаях, когда передача с помощью транслитерации, транскрипции, которые в последствие могли даже стать эквивалентом в принимающем языке, не кажется всегда возможной.

Перейдем к практической части нашего исследования и начнем анализ с элементов, имеющих закрепленные в принимающем языке вариант эквивалентного перевода. Рассмотрим варианты перевода имен собственных из американской графической новеллы «Сказания».

Оригинал:

(1) *Snow White*²

(2) *Red Riding Hood*²

Перевод:

(1) *Бела Снежка*

(2) *Красная шапочка*

В первом примере переводчику пришлось выполнить семный (компонентный) анализ слова, разобрав его на две смысловые части: *snow* — снег и *white* — белый. Подобрал подходящие семы в языке перевода и адаптировав элементы в соответствии с правилами переводящего языка, мы получаем вариант «Бела Снежка», соответствующие порядку имени и фамилии в принимающем языке. Во втором примере мы наблюдаем перевод с частичным

² Fables: [серия комиксов] / издательство Vertigo. — США, 2002.

употреблением приема замены «капюшона» (*Hood*) на «шапочку». Интересно, что в западных странах и странах Европы основным вариантом сказки принято считать версию, изданную братьями Гримм. Там девочка действительно носила красный капюшон. В нашей стране ориентировались на версию Шарля Перро, опубликованную за полтора века до братьев Гримм. В его версии данный персонаж носит замысловатый головной убор, под названием шаперон, что является чем-то средним между шапкой и капюшоном. Именно поэтому переводчики прибегнули к замене, посудив, что вариант «шапочка» будет более адекватным для восприятия в рамках детской народной сказки.

Рассмотрим еще один пример эквивалента, который был вынужден подвергнуться изменения.

Оригинал:

(3) *Goldie*²

Перевод:

(3) *Злата*

Здесь бы наблюдаем сокращенное имя собственное известного персонажа. Речь идет о персонаже европейской сказки — Златовласке. В русском языке она получила широкое распространение в пересказе Льва Толстого, «Маша и три медведя». К сожалению, использование узнаваемого русскоязычными читателями аналога не предоставляется возможным, так как события, описываемые в комиксе, происходят в городе Нью-Йорке, Америка. Поэтому переводчикам приходится использовать вариант «Златовласка», а также сократить его в соответствии с формой оригинала. Таким образом, в переводе персонаж получает имя «Злата». К тому же, если сокращенная форма имени вызовет трудности восприятия в том, о каком персонаже все же идет речь, ошибиться в правильном выборе имени не позволит картинка: читателям показывают девушку с белокурыми прядями в окружении трех медведей из одноименной сказки.

Перейдем к рассмотрению примеров адаптации имен собственных, раскрывающих особенности и характеристики персонажей произведения.

Оригинал:

(4) *Ramona Flowers*³

(5) *Knives Chau*³

Перевод:

(4) *Рамона Флауерс*

(5) *Найвз Чау*

В данном примере представлены имена собственные персонажей канадского комикса «Скотт Пилигрим» автора Брайна Ли Омелли. В данных примерах мы наблюдаем так называемые «говорящие» имена. Для передачи данных единиц переводчики прибегают к практической транскрипции. К сожалению, в результате неверной передачи теряется смысл, который содержат данные имена, что отражается на некорректном восприятии данных единиц читателями. Имя (5) персонажа буквально переводится как «ножи», потому что данный герой использует в качестве оружия небольшие, складные ножи. Имя персонажа (4) совпадает с существительным «цветы», что отражает характер и особенности данного героя, потому что девушка очень часто меняет цвет своих волос, сменяя один цвет на другой. Прием практической

³ Scott Pilgrim: [серия комиксов] / издательство Oni Press. — США, 2004–2010.

транскрипции не передает данную сему, и таким образом в переводе на русский язык теряется данный компонент значения.

Во время переиздания указанного комикса данный перевод был исправлен.

Исправленный вариант перевода:

(4) *Рамона Цветикс*

(5) *Ножки Чау*

Сложность адаптации и передачи имен собственных в мультимедийных продуктах может возникать не только на основе лингвистических, но и экстралингвистических факторов. Рассмотрим пример из компьютерной игры *Bioshock Infinite* от американского издательства 2K, в которой представлено название локации.

Оригинал:

(6) *HALL OF WHORES*⁴

Перевод:

(6) *ВЗАД ГЕРОЕВ*

Данная надпись присутствует на входе в новую локацию компьютерной игры. В оригинальной версии изначально данная локация именуется *Hall of Heroes*, что на русский переводится как «Зал Героев». Однако в результате действий вандалов буквы надписи меняют с целью изменения смысла второго слова в названии локации на вульгаризм. Переводчиком пришлось учесть экстралингвистический фактор, который представляет собой внесение изменений в саму архитектуру игры, чтобы сохранить игру слов посредством изменения первого элемента словосочетания в переводе.

Однако в силу типологической разницы языков и различий культур, а также сторонних факторов не всегда удается адекватно передать имя собственное персонажа при переводе.

Рассмотрим подобный пример.

Оригинал:

(7) *Майор Гром, старший следователь! Шутки по поводу фамилии оставьте при себе. Давайте ближе к делу, что тут произошло?*⁵

Перевод:

(7) *Major Grom, senior investigator. What happened here?*

Майор Гром является главным персонажем одноимённой линейки комиксов российского издательства комиксов Bubble Comics. Для передачи данной ономастической единицы на английский язык переводчики прибегают к приему транслитерации. К сожалению, в этом случае утрачивается особенность говорящего имени, но так как главный персонаж является центральным для данной линейки, адаптация имени может повести за собой целостную переработку всего произведения, что не предоставляется возможным в силу коммерческих и иных обстоятельств, включая нарушение авторской задумки настоящего комикса.

⁴ *Bioshock Infinite*: [компьютерная игра] / издательство 2K. — США, 2013.

⁵ Майор Гром [Серия комиксов] / издательство Bubble Comics. — М., 2012–2017.

Таким образом, можно заключить, что перевод имен собственных, бесспорно, сложный и комплексный процесс, и переводчику необходимо учитывать ряд факторов, чтобы правильно и качественно передать различные виды явлений ономастики с одного языка на другой. Особенности мультимедийных продуктов накладывают сверхзадачи, которые можно отнести не только к лингвистическим, но и экстралингвистическим, поэтому важно учитывать и вербальный, и визуальный компоненты в равной степени, чтобы добиться адекватного варианта, отвечающего всем требованиям подвергаемого переводу текста. Также важно понимание, что перевод и адаптация мультимедийных текстов является в том числе и бизнес-процессом, в рамках которого переводчик работает не только с разными видами информации, влияющими на целостность восприятия конечного продукта, но и с командой разработчиков (дизайнеры, аниматоры, программисты и т. д.) или издателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кривошеева, В.В. Особенности передачи лингвостилистических средств при переводе поликодового текста с английского языка на русский (на материале комиксов) / В.В. Кривошеева // Молодежь — Барнаулу: материалы XXIV городской научно-практической конференции молодых ученых, Барнаул, 01–30 ноября 2022 года. — Барнаул: Алтайский государственный университет, 2023. — С. 857–858.
2. 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.
3. Чернявская, В.Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. / В.Е. Чернявская. — М.: ЛИБРОКОМ, 2009. — 248 с.
4. Чернявская, В.Е. Поликодовое пространство текста: лингвосемантическая парадигма языкознания / В.Е. Чернявская // Язык в парадигмах гуманитарного знания: XXI век: сб. науч. ст. / под общ. ред. д-ра филол. наук В.Е. Чернявской и д-ра филол. наук С.Т. Золяна. — Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУ-ЭФ: Лингва, 2009. — С. 23–35.
5. Анисимова, Е.Е. О целостности и связности креолизованного текста / Е.Е. Анисимова // Филологические науки. — 1996. — № 5. — С. 74–85.
6. Максименко, О.И. Поликодовый vs. Креолизованный текст: проблема терминологии / Вестник РУДН, серия Теория языка. Семиотика. Семантика. — 2012 — № 2 — С. 93–101.
7. Kress, G. Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication / G. Kress, T. van Leeuwen. — London: Arnold, 2001. — p. 142.
8. Сонин, А.Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления. Вопросы языкознания. / А.Г. Сонин. — 2005. — № 6. — С. 115–123.
9. Новиков, Л.А. Художественный текст и его анализ / Л.А. Новиков. — М.: Русский язык, 1988. — 300 с.
10. Ермолович, Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур: заимствование и передача имен собственных с точки зрения лингвистики и теории перевода / Д.И. Ермолович. — М.: Валент, 2001. — 199 с.

Krivosheyeva Valeriya Valeriyevna

Zhirinovsky University of World Civilizations, Moscow, Russia

E-mail: valerie.nik95@gmail.com

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=1212127

Adaptation of proper names in media products

Abstract. The author presents a study that is devoted to the identification and description of complex translation transformations carried out by a translator in the process of adapting proper names in a pair of Russian-English languages. This article is part of the author's dissertation research. The specificity of the adaptation of these linguistic elements is determined by the form of the texts, which the author, in accordance with their characteristics, combines into a single concept of «media product». The study examines the theoretical background of the problem, describes the existing ways of translating proper names, the author of the study also refers to the theory of discourse and translological features of texts, which are understood as «media products». The generally accepted procedure for transferring proper names from one language to another and the importance of taking into account the cultural aspect directly in literary texts, the pragmatic purpose of which is to have an emotional impact on the recipient of the text, are considered separately. During the analysis of the factual material and in the practical part of this study, the author pays special attention to the aspect of heterogeneity of texts that contain elements of multi-level semiotic systems that affect the overall perception of a complete product. The nature and degree of interaction of these elements affects the algorithm of the translator's actions in relation to the translation of individual language units, which are understood as proper names, taking into account not only linguistic, but also extralinguistic factors. In conclusion, the author notes the specifics of the adaptation process, within which there is interaction not only of a specialist in translation, but also of specialists in related professions who are directly related to the translation and adaptation of media products in a pair of Russian-English languages.

Keywords: polycode; creolized; multimodal; translation; fiction; proper name; adaptation