

Автономная некоммерческая организация высшего образования «Поволжская академия образования и искусств имени Святителя Алексия Московского»

Кафедра зарубежной филологии

Направление подготовки 45.03.01 Филология

Направленность (профиль) «Зарубежная филология (английский язык и литература; теория и практика перевода)»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему:

«Прагматическая адаптация при переводе видеотекстов о дизайне с английского языка на русский»

Выполнил студент 4 курса
группы ЗФ-401
очной формы обучения
Иванова Дарья Николаевна

(подпись)

Научный руководитель
Никитина Татьяна
Германовна,
кандидат
филологических наук,
доцент

(подпись)

Допустить к защите:

Заведующий кафедрой
«Зарубежная филология» _____ Фадеева Л. Ю.

«__» _____ 2022 г.

Тольятти

2022

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Поволжская академия образования и искусств имени Святителя
Алексия Московского»**

Кафедра Зарубежной филологии

Направление подготовки 45.03.01 Филология
Направленность (профиль): «Зарубежная филология
(английский язык и литература; теория и практика перевода)»

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой _____

(подпись)

(И.О.Ф.)

«_____» _____ 20__ г.

ЗАДАНИЕ

на выполнение бакалаврской работы

Студент Иванова Дарья Николаевна

1. Тема: «Прагматическая адаптация при переводе видеотекстов о дизайне с английского языка на русский»
2. Срок сдачи законченной бакалаврской работы 14.06.22
3. Исходные данные: труды следующих учёных: Анисимова Е.Е., Козуляев, А. В., Федорова, И. К., Шварковская А.
4. Содержание работы: введение, глава первая «Теоретические основы перевода субтитров», вторая глава «Анализ субтитрирования видеотекста телешоу», заключение
5. Ориентировочный перечень графического и иллюстративного материала: иллюстрации видеоряда видеотекста о дизайне
6. Дата выдачи задания «01» 02 2022 г.

Научный руководитель

(подпись)

(И.О.Ф.)

Задание принял к исполнению

(подпись)

(И.О.Ф.)

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Поволжская академия образования и искусств имени Святителя
Алексия Московского»**

Кафедра зарубежной филологии

Направление подготовки 45.03.01 Филология
Направленность (профиль) «Зарубежная филология
(английский язык и литература; теория и практика перевода)»

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой _____

(подпись)

(И.О.Ф.)

«_____» _____ 20__ г.

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

выполнения бакалаврской работы

на тему: Прагматическая адаптация при переводе видеотекстов о дизайне
с английского языка на русский
студента: Иванова Дарья Николаевна

	Наименование раздела работы	Плановый срок выполнения раздела	Фактический срок выполнения раздела	Отметка о выполнении
1.	Поиск литературы и других источников, их предварительное изучение, подготовка списка источников	01.04.22	01.04.22	выполнено
2.	Формирование плана исследования, его содержания и структуры	13.04.22	13.04.22	выполнено
3.	Написание разделов ВКР	15.04.22	15.04.22	выполнено
	Введение	16.04.22	16.04.22	выполнено
	1 глава	28.04.22	28.04.22	выполнено
	2 глава	15.05.22	15.05.22	выполнено
	п глава			выполнено
4.	Формирование выводов и практических рекомендаций. Написание заключения	16.05.22	16.05.22	выполнено

5.	Оформление работы	17.05.22	17.05.22	выполнено
6.	Предзащита бакалаврской работы	18.05.22	18.05.22	выполнено
7.	Исправление замечаний	01.06.22	01.06.22	выполнено
8.	Представление бакалаврской работы на кафедру	14.06.22	14.06.22	выполнено
9.	Получение отзыва от руководителя	11.06.22	11.06.22	выполнено
10.	Получение справки о проценте оригинального текста	07.06.22	07.06.22	выполнено
11.	Подготовка доклада и иллюстративных материалов для защиты	14.06.22	14.06.22	выполнено
12.	Изучение отзыва руководителя. Подготовка ответов на замечания	11.06.22	11.06.22	выполнено

Научный руководитель _____

(подпись)

(И.О.Ф.)

Задание принял к исполнению _____

(подпись)

(И.О.Ф.)

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПЕРЕВОДА СУБТИТРОВ ВИДЕОТЕКСТА.....	8
1.1 Прагматическая адаптация в переводе	8
1.2 Способы и приемы перевода видеотекста.....	13
1.3 Аудиовизуальный перевод.....	20
Выводы по первой главе.....	25
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СУБТИТИРОВАНИЯ ВИДЕОТЕКСТА ТЕЛЕШОУ..	26
2.1 Предпереводческий анализ видеотекста	26
2.2 Выразительные средства языка в видеотексте	34
2.3 Прагматическая адаптация при переводе видеотекстов о дизайне.....	39
Выводы по второй главе.....	47
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	48
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	50

ВВЕДЕНИЕ

Переводческая деятельность является одной из самых древнейших занятий человека. Труд переводчика способствует развитию различных видов процессов, что окружают нас. В наши дни самая большая потребность в труде переводчика наблюдается на просторах Интернета: онлайн-шоу, различные блоги и просто нужная для различных целей информация.

Также, на данный момент в мире набирают обороты автоматизированные переводческие процессы. Активно развивается машинный подход. Данный вид перевода распространяется и среду устного перевода. Говоря об аудиовизуальном переводе, выявляются множество проблем, связанных с некорректным подбором слов и словосочетаний, частичным переводом предложений.

На различных платформах Интернета, при воспроизведении видеофайлов появилась функция автоматической генерации субтитров. Использование автоматизированных технологий в процессе создания и перевода субтитров к видеороликам часто не учитывает трудности пространственно-временных и лингвистических особенностей субтитров.

Актуальность бакалаврской работы обусловлена тем, что современный мир ориентирован на визуальный способ представления информации. Такой обширный поток информации требует корректного перевода, чтобы добиться необходимой реакции со стороны конкретного рецептора.

В то же время переводческая наука только приступает к изучению различных видов аудиовизуального перевода и, несмотря на активный интерес к этой проблематике, остается много нерешенных научных проблем, в частности, недостаточно изучено субтитрирование и особенности перевода субтитров.

Объектом исследования выступает язык и креолизация видеотекст телешоу о дизайне.

Предметом исследования является прагматическая адаптация при переводе видеотекста.

Цель работы состоит в описании прагматической адаптации видеотекста о дизайне при переводе субтитров с английского языка на русский.

Написание работы предполагает решение следующих **задач**:

1. Изучить виды прагматической адаптации при переводе текста;
2. Выявить основные принципы создания и перевода субтитров;
3. Описать результаты предпереводческого анализа текста;
4. Описать прагматическую адаптацию при переводе текста;
5. Выявить креолизацию видеотекста о дизайне.

Теоретическую базу исследования курсовой работы стали труды следующих учёных: Анисимова Е.Е., Козуляев, А. В., Федорова, И. К., Шварковская А.

Методы исследования: метод лингвостилистического анализа, метод сопоставления.

Материал исследования: научная литература, справочный материал, интернет ресурсы, в которые входят видеоряд телешоу «Brother VS Brother».

Практическая значимость данной бакалаврской работы определяется возможностью применения материалов данного исследования при проведении практических занятий по стилистике, теории и практики перевода, а также в практике аудиовизуального перевода.

Положения, выносимые на защиту:

1. Видеотекст о дизайне имеет ряд характерных особенностей: креолизацию, употребление профессиональной лексики, разговорных клише и выразительных средств.
2. При переводе видеотекстов о дизайне с английского языка на русский применяются все виды прагматической адаптации. Это связано со спецификой перевода видеотекста.

Данная бакалаврская работа состоит из введения, двух глав, каждая из которых делится на параграфы, заключения и библиографического списка.

Во введении определяется актуальность работы, выявляются цели и задачи, определяется объект и предмет исследования. Указываются материалы

исследования, методы и практическая значимость работы.

Первая глава «Теоретические основы перевода субтитров видеотекста» посвящена изучению особенностям перевода видеотекста. В первом параграфе дается определение прагматической адаптации. Во втором параграфе затрагивается тема специфики использования субтитров при переводе.

Во второй главе «Анализ субтитрирования видеотекста телешоу» проводится практическая часть. В первом параграфе проводится предпереводческая деятельность и анализ креолизации текста. Во втором параграфе использование собственного перевода, опираясь на профессиональный. В третьей главе выявляются средства выразительности языка видеотекста.

В заключении подводятся итоги исследования, приводятся выводы.

Библиографический список содержит 56 источников.

Апробация. Принимала участие в региональной молодежной научно-практической конференции «ПОВОЛЖСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ НАУКИ», Самарская областная студенческая научная конференция. Тема доклада «Проблема перевода названий кинофильмов». Получила диплом второй степени.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПЕРЕВОДА СУБТИТРОВ ВИДЕОТЕКСТА

1.1 Прагматическая адаптация в переводе

Перевод - это необходимое явление в мире, особенно в быстро развивающемся, как сейчас. Исходя из этого, главная задача переводчика - это преобразовать текст перевода эквивалентным оригинальному тексту. То есть сохранять неизменность смысла при переводе. Исходя из этого, прагматический аспект важен для получения эквивалентной, а также полной переводческой адекватности [6, с. 4].

Прагматика перевода включает в себя прагматическое значение, прагматическую адаптацию, фоновые знания, получатель (рецептор) исходного языка и языка перевода и так далее. Все эти понятия работают в схеме «отправитель – текст – получатель» [40, с. 18]. Все тексты содержат конкретные сообщения, что передаются непосредственно от отправителя к рецептору, то есть оно коммуникативно. Каждый текст включает в себя определенный смысл, информацию, что рецептор вынужден вычлени из данного сообщения. Восприятие приобретенной информации указывает о том, что рецептор входит в прагматические взаимоотношения с текстом. подобный процесс обладает различным характер восприятия. Например, если текст представляется исключительно источником информации о каких-нибудь действиях или фактах, не касающихся получателя сообщения, то он будет носить прежде всего интеллектуальный характер. И наоборот, сообщение возможно вызвать исключительно эмоциональную реакцию у получателя, затронуть некоторые эмоции или подтолкнуть к различным поступкам [40, с. 20].

Умение текста производить прагматическое влияние на рецептора именуется прагматическим аспектом. Целью переводчика представляется эмоциональное воздействие на получателя информации, меняя прагматический

потенциал подлинника или сохраняя начальную идею. В процессе перевода переводчик использует прагматические адаптации исходного текста, то есть вносит отдельные поправки на определенные несходства между рецепторами переводного текста и текста оригинала.

Перед тем как говорить о необходимости использования прагматических адаптаций, необходимо разъединить понятия. Эти два определения непосредственно объединены с преобразованием текста – прагматические адаптации и трансформации [44, с. 24]. Некоторые авторы ставят одинаково между адаптацией и трансформацией, а вдобавок обобщают их такими словами как «преобразования» и «переводческие приемы», аргументируя это тем, что таким образом предусматривается прагматический фактор в переводе. На первый взгляд, цель у них одна и та же – изменить текст при переводе так, чтобы он был максимально ясен рецептору.

Лишь трансформации применяются для того, чтобы текст перевода предельно точно передавал информацию начального текстового сообщения. Прагматические адаптации сориентированы на то, чтобы текст сообщения был прагматически адекватен и ясен рецептору перевода, который принадлежит к другой языковой группе, к отличной культуре. Другими словами, используя прагматические адаптации переводчик предусматривает только тот факт – кому адресовано сообщение, его психологические и социально-культурные отличия.

Прагматическая адаптация исполняется через введения в текст дополнительных элементов, или напротив же опущения некоторых элементов, которые представляются избыточными по мнению переводчика. Стоит проанализировать систематизацию прагматических адаптаций, которую предлагает нам В. Комиссаров из его работы «Теория перевода: лингвистические аспекты». Автор выделяет четыре вида прагматической адаптации [23, с. 209].

Для первого вида прагматической адаптации, свойственны добавления, целью которых является обеспечить адекватное понимание текста сообщения получателями перевода. Переводчик обязан понимать, что из-за отсутствия или

недостаточности важных фоновых знаний, читатель перевода может ошибочно осознать сообщение. тогда включается в перевод добавочные элементы, чтобы компенсировать эти недостающие сведения о каких-нибудь понятиях. Такое часто происходит, если в оригинальном тексте употребляются географические названия, имена собственные или указаны наименования культурно-бытовых реалий. К таким географическим названиям как Alabama или английским Kent, при переводе на русский язык прибавляются слова: штат, провинция, графство. При добавлении данных названий перевод делается понятным русскому читателю: штат Алабама, графство Кент [22, с. 141].

Для реализации прагматического потенциала текста оригинала надлежит использовать другую прагматическую адаптацию - опущение. отдельные детали могут быть незнакомы получателю перевода: "It was dark in the room and only two lights of the "Karher" heater helped me to orientate" . «В комнате было мрачно и лишь два огонька обогреватели помогли мне сориентироваться» [22, с. 143]. В переводе предоставленного предложения взамен опущения наименования компании указывается только то, что речь идет о телефоне.

Если для первого вида важно, чтобы вносимые изменения гарантировали адекватное понимание перевода рецептором, для второго вида целью представляется гарантия адекватного восприятия содержания оригинала. Другими словами – донести до получателя перевод сообщения оригинала. предоставленная адаптация необходима, так как в любом языке мира имеются наименования некоторых объектов, явлений, состояний, ситуаций. каждый объект или явление могут призвать целый ряд ассоциаций. При искажении предоставленных ассоциаций искажается и смысл сообщения. наименования одних и тех же деревьев в разных языках могут вызывать у людей различные ассоциации. В оригинале текста на русском языке автор может сравнить даму «стройной березке». У американца или англичанина название березы – "a white birch" никаким образом не возникнут похожие ассоциации, и в переводе подобное сопоставление может быть подвергнуто непониманием [22, с. 145].

Далее следует третий тип прагматической адаптации. В отличие от двух

предшествующих в этом случае переводчик ориентируется на конкретного рецептора. гарантия ожидаемого влияния на получателя сообщения. По этому фактору третий тип адаптации обычно характеризуется значимым отклонением от оригинала сообщения.

Человек при переводе решает добиться ожидаемого влияния на рецептора прочими средствами, а не теми, что используются в оригинале текста. Конечно, пишет В. Комиссаров, переводчик не всегда может использовать подобную прагматическую адаптацию, что безмерно выделяется от оригинала.

Например, переводчику не разрешено вносить похожие изменения при переводе, вопреки того, что они бы обеспечили надобное прагматическое воздействие. Переводчик Библии рассказал библейскую истину о том, что Бог пожертвовал своим отпрыском Иисусом из-за избавленья человеческих грехов. Его аудиторией было племя. все нежданно для переводчика эта история побудила у его слушателей высокомерный смех. Как оказалось, в этом племени было такое положение как групповой брак. тут запрещалось устанавливать отца ребенка. Поэтому считалось, что ближайшим родным для мужчины был не свой сын, а сын родной сестры [3].

Этот вид прагматической адаптация зачастую встречается при переводе наименований фильмов, литературных произведений, телевизионных передач, с целью того, чтобы выглядело обычным и естественными для носителей иного языка. Например, роман под названием «Transpotting» в переводе звучит «На игле», американский кинофильм “21 jump street” на русском языке вышел под названием «Мачо и ботан» [38 с. 105].

Четвёртый тип прагматической адаптации В. Комиссаров описал как решение «экстрапереводческой сверхзадачи», то есть задач, стоящих вне контекста оригинала [24, с. 223]. Эти задачи никак не объединены с целью улучшить перевод. Чаще всего цель переводчика в обеспечении адекватности текста перевода. Правда, иногда он может употреблять перевод с другой целью, разрешить некую свою задачу, не сопряженную с точным воссозданием оригинала. И чтобы разрешить подобную «сверхзадачу» переводчик может

изменять или даже искажать подлинник текста, не руководствуясь принципам профессиональной деятельности. Аналогичная деятельность встречается очень редко, и действия переводчика не являются переводом в общем значении данного слова.

Существует четыре подвида четвертого вида прагматической адаптации [24, с. 225]:

1. Филологический перевод – перевод, которым специально воссоздаются формальные особенности языка оригинального текста сообщения, несмотря на то, что могут нарушиться норма и узус перевода.

Обычно поэтический перевод осуществляется в два этапа:

1) один переводчик, знающий язык оригинала, но не владеющий поэтическим талантом, пишет перевод построчно. В котором более подробно воспроизводит и содержание, и форму оригинала.

2) иной (поэт либо писатель) создает конечную версию перевода по сделанному подстрочнику.

2. Простой или примерный перевод. Например, заказчик устанавливает перед переводчиком задачу – частично или обобщенно передать интересующие его элементы содержания оригинала. В данном случае переводчик делает некий рабочий или черновой перевод, который не отвечает условиям адекватности, но подходит «сверхзадаче». впоследствии он дорабатывает перевод.

3. Модернизация подлинника при переводе. В этом случае выходит так, что переводчик практически делает новое произведение «по мотивам» текста оригинала. Комиссаров выделяет два типа модернизации: – возможно обнаруживаться в перенесении действия в более позднюю эпоху или в другую страну [24, с. 230]: Подобная модернизация содержит изменения имён действующих лиц и так далее. Перевод будто бы становится пересказом. Роуллинг – "Гарри Поттер" – "Таня Гроттер" Д.

В Священном писании мужчины приветствуют друг друга «святым поцелуем» (как это было принято в библейские времена), то в переводе они при

встрече жмут друг другу руки [3].

4. Разрешение переводческой сверхзадачи («экстрапереводческой» задачи), продиктованной политическими, экономическими, идеологическими, собственными соображениями. Подлинник может быть всецело искажен и обычно переводчик остается независимым и не позволяет в переводе влияния своих суждений. Подобная адаптация встречается редко, но все же такое случается.

Комиссаров пишет, что в ходе перевода переводчик или устремляется оставить прагматический потенциал, или достигнуть того, чтобы у текста перевода был иной прагматический потенциал, более или менее самостоятельный от прагматики оригинала [24, с. 227]: Отчего у переводчика может быть немного ролей в межкультурной коммуникации: или он выступает в качестве посредника, стремясь, дабы перевод был точен исходному тексту, или он вмешивается в сам коммуникативный процесс. Все зависит от конкретной ситуации.

1.2 Способы и приемы перевода видеотекста

Видеотекст – главное понятие медиалингвистики, каждый обладатель информации, массовокоммуникативный текст, массмедийный текст, корреспондентский текст, публицистический текст и др. Специфики языка видеотекста представляют огромный интерес и для теории и практики перевода.

В соответствии с основными вопросами видеотекста (сообщение информации, требование к действию, влияние на массовое сознание) принято выделять последующие его функции: информационную, воздействующую, коммуникативную, экспрессивную, эстетическую. Стоит помнить, что информационное содержание видеотекста обладает отдельными особенностями: текст не только включает факты, а и предлагает примечания и рассуждения автора, что не желает к подробному отображению объекта, а освещает только стороны, активизирующие потребность у возможного читателя. Главной целью

текста массовой информации представляется влияние на понимание массового адресата, создание у читателя поставленной позиции по отношению к описываемым фактам. Следовательно, видеотекстам присуща эмоциональность, что отображается в подборе определенных языковых средств. Видеотекст различается экспрессивностью: ярко проявленным эмоциональным отношением автора к излагаемым фактам [13, с. 26].

Особенность коммуникативной функции видеотекста обуславливается тем, что он формируется для массового адресата. Целостность формы и содержания текста массовой информации содействует эстетическому и информационному удовлетворению потребностей адресата. Все указанные факторы обязаны быть предусмотрены при переводе видеотекста, потому свойство перевода обуславливается его адекватностью [13, с. 33].

Есть множество разнообразных методов и приемов перевода, однако стоит не забывать, что это два разнообразных понятия. Миньяр-Белоручев утверждает, что прием обычно разрешает частную задачу, помогая разрешить возникшую при переводе проблему [34, с. 128]. Прием перевода – переводческая операция, указанная на разрешение некой проблемы и предполагающая типизированную однородность исполняемых переводчиком действий. Отличия в языковых системах языков и правил применения единиц языка всегда основывают некоторые проблемы при переводе, вследствие чего переводчик и вынужден употреблять приемы перевода, так называемые переводческие трансформации. Они могут являться лексическими и грамматическими.

К числу лексических трансформаций причисляют конкретизацию понятий, генерализацию понятий, антонимический перевод, смысловое развитие и компенсацию. Перестановка, смена форм слова, замена частей речи, членов предложения, синтаксические замены в сложном предложении, добавления, опущения, объединение и членение предложений причисляют к грамматическим трансформациям. Говоря о способах перевода, то, согласно В. Виноградову, есть прямой и косвенный путь [6, с. 201]. Прямой путь содержит в себе транслитерацию и калькирование, впрочем, он при передаче стилистически

маркированного текста не распространен, потому при использовании предоставленного способа нарушаются принципы адекватного перевода, а также и узуальные стандарты языка перевода. Хотя переводчик сможет прибегнуть к использованию данного пути только в отдельных случаях, если смысл слова довольно прозрачен и понятен реципиентам без каких-то особенных комментариев. При косвенном или, будто его еще называют, дословном пути перевода случается переход от исходного языка к языку перевода, что приводит к созданию верного и идиоматического текста, а переводчик, в свою очередь, следит за соблюдением обязательных норм языка [6, с. 212]. Подобной путь обычно подразумевает применение модуляции и транспозиции.

Есть вдобавок множество классификаций методов перевода. Казакова в зависимости от коммуникативной задачи выделяет полный или сокращенный перевод [20, с. 104]. Сокращенному переводу могут подчиняться все типы текстов – от простого делового письма до романов. Сокращенный перевод содержит в себе выборочный и функциональный перевод.

Выборочный перевод содержится в выборе главных с точки зрения переводчика слов, единиц начального текста и в их полном переводе. [20, с. 118].

Все остальные составляющие исходного текста при таком методе отбрасываются и не подлежат переводу вообще. Сюда возможно отнести перевод газетных материалов. Функциональный перевод заключается в компонование переводного текста из функционально преобразованных единиц исходного текста. В отличие от сокращенного перевода, полный перевод сориентирован на тщательное воссоздание всех частей исходного текста в единицах переводящего языка.

В современном мире видеотекст играет основную роль в наличии национального языка, и его знание позволяет нам установить специфики современного языка. В настоящее время лингвопереводное исследование функционирования трансформации завоевывает особенное значение, что можно пояснить растущим вниманием к иностранным языкам, что делает проблему

исследования трансформации актуальной.

Между лингвистических и стилистических специфик видеотекста, отличающих его от других функциональных языковых стилей, возможно выделить:

- 1) выразительность языка как средства привлечения внимания читателя;
- 2) высокая степень типизации используемых языковых средств;
- 3) обилие многообразных реалий (политической, публичной и культурной жизни), цитат и аллюзий;
- 4) применение фразеологии и идиоматической лексики (а также как: словесные игры, каламбуры, пословицы и поговорки);
- 5) применение других стилистических средств, способов и фигур речи (образные сравнения, гипербола, метафора, метонимия, литоты, паронимические притяжения, эвфемизмы, аллегории, и т.) [27, с. 283].

Потому что эти лингвистические особенности в основном устанавливают специфику перевода видеотекста, переводчик обязан являться знаком с ними до того, как начнет трудиться над переводом текста.

Среди собственно лингвостилистических особенностей видеотекста, совокупность которых отличает его от языка других функциональных стилей, можно назвать:

- 1) высокую степень стандартизации используемых средств;
- 2) экспрессивность языка как способ привлечения внимания читателя;
- 3) насыщенность самыми разнообразными реалиями (общественной, политической и культурной жизни), аллюзиями и цитатами;
- 4) широкое использование образной фразеологии и идиоматической лексики, в том числе игры слов, каламбуров, пословиц и поговорок;
- 5) использование иных стилистических средств, приемов и фигур речи. Таких как: гипербола, литота, образные сравнения, метафора, метонимия, паронимическая аттракция, иносказания, эвфемизмы и др .

Поэтому видеотекстам присуща эмоциональность, которая отражается в подборе определенных языковых средств. Видеотекст отличается

экспрессивностью: ярко выраженным эмоциональным отношением автора к излагаемым фактам.

Специфика коммуникативной функции видеотекста обуславливается тем, что он формируется для массового адресата. Целостность формы и содержания текста массовой информации содействует эстетическому и информационному удовлетворению надобностей адресата. Все указанные факторы обязаны быть предусмотрены при переводе видеотекста, ибо качество перевода обуславливается его адекватностью, которая предполагает «исчерпывающую точность в передаче смыслового содержания подлинника и полноценное функционально-стилистическое соответствие ему» [44, с. 144].

Распределение медиалингвистики в качестве независимого направления соединено с целым предметом прежде разрозненных аспектов исследования видеотекстов. Объектом исследования переживающего период развития научного направления представляется многостороннее изучение функционирования языка в сфере массовой коммуникации. Видеотекст при этом представляет собой диалектическую целостность языковых и медийных признаков, изображенных тремя уровнями медиаречи: словесным текстом, уровнем видеоряда или графического изображения, уровнем звукового сопровождения.

В рамках медиалингвистики анализу подвергаются все компоненты и уровни текстов массовой коммуникации в сочетании языковых и экстралингвистических факторов. Таких как: воздействие возможностей создания и распространения видеотекстов на их лингво-форматные особенности, вопросы функционально-жанровой классификации, фонологические, синтагматические и стилистические характеристики, интерпретационные свойства, культуроспецифичные признаки, идеологическая модальность, прагмалингвистическая значимость по аналогии с медиалингвистикой, что зафиксировалась в общей лингвистике, медиаперевод, мы понимаем как одно из самостоятельных направлений переводоведения [14, с. 263].

Слово «медиаперевод» совместил в себе два составляющих компонента – «медиа» (масс медиа) и «перевод», предметом этой новоиспеченной дисциплины представляется перевод языка в сфере массовой коммуникации.

Основным объективным внешним фактором развития медиаперевода, в качестве независимого научного направления, в первую очередь, представляется стремительный рост информационно–коммуникационных технологий, создания глобальной сети медиа коммуникации. В частности, образование нужды вещания на разных языках, вовлечение в телевизионную коммуникацию представителей различных культур. Научными предпосылками ее развития и отмежевания от традиционных направлений переводоведения можно считать возникновение медиалингвистики, формирование терминологического аппарата медиаперевода.

Микоян упоминает в своей работе, что постижение переводчиком начального текста, его общего смысла, значения каждого его элемента, любого слова - причем представление на всех уровнях текста: от уровня отдельных слов через уровни предложений и сверхфразовых единств до уровня всего текста. Без адекватного понимания не может быть адекватного перевода [33, с. 390].

Нужно сказать, что концепция видеотекста выходит за пределы знаковой системы вербального уровня, близясь к семиотическому объяснению понятия «текст», что предполагает порядок любых, а не только вербальных знаков.

В целом, видеотекст характеризуется многослойностью и многоаспектностью, так как речеупотребление в сфере масс медиа различается от классического понимания текста [33, с. 397]. Если же в лингвистике мы под текстом понимаем взаимосвязанность и общность вербальных знаков, то видеотекст не ограничивается только вербальными знаками, а расширяется ввиду специфик СМИ.

Объектом медиаперевода является исследование закономерностей переводческого процесса, воздействующих на протекание процесса перевода. Среди ключевых вопросов теории медиаперевода можно отметить следующие ее

основные задачи:

- обнаружить и описать общелингвистические основы медиаперевода. Установить, какие специфики языковых систем и закономерности функционирования языков лежат в основе переводческого процесса, осуществляют этот процесс вероятным и определяют его характер и границы;
- установить медиаперевод как видоизменение аудиовизуального перевода, указать его отличие от других видов языкового посредничества;
- выявить смысл переводческой эквивалентности как основы коммуникативной равноценности текстов оригинала и перевода;
- создать общие принципы научного воссоздания хода перевода как действий переводчика по преобразованию видеотекста оригинала в текст перевода;
- раскрыть влияние на процесс перевода прагматических и социолингвистических факторов [33, с. 390].

Ключевым методом изучения медиаперевода является сравнительный переводческий анализ. Сравнительный анализ формы и содержания начального и переводного видеотекста, на предмет адекватности перевода. Переводческий анализ разрешает обнаружить эквивалентные соответствия единиц, вероятные изменения формы и содержания, случающиеся при употреблении разнообразных переводческих стратегии и приемов, установить степень адекватности на всевозможных уровнях. Сопоставительный анализ переводов приносит вероятность определения типовых задач с однозначным переводческим решением, и в тоже время, выявления трудностей, объединенных со спецификой языка, стиля автора и культуры.

По мнению Добросклонской «тексты массовой информации, или видеотексты, являются сегодня одной их самых распространенных форм бытования языка» [15, с. 38]. Нужно сказать, что медиаперевод базируется на лингвистическую основу видеотекста, значит в первую очередь, анализу подвергаются синтаксические, лексические и стилистические уровни видеотекста и устанавливаются соответствия среди исходного языка и языка

перевода.

Поскольку разножанровости видеотекстов в связи от формата медийной продукции. Распознаются всевозможные виды видеотекстов и они требуют кропотливого их анализа с точки зрения перевода. Нужно признать, что не все видеотексты предполагаются зрителям слушателям в переводе. Тем не менее, отмечается их расширение. В целом, информационные новостные тексты занимают основное место в медийной коммуникации, в том числе телевизионной.

1.3 Аудиовизуальный перевод

Аудиовизуальный перевод – это специальный вид переводческой деятельности, потому его невозможно отнести ни к устному, ни к письменному переводу, но в то же время, он находится «между» двумя этими уровнями перевода [42, с. 128]. Объект аудиовизуального перевода – видеотекст, что имеет значительные признаки, отличающие его от художественного текста.

Аудиовизуальный перевод содержит в себе несколько видов перевода, что употребляются в кино, сериалах, мультипликационных произведениях, видеоиграх и так далее. Особое внимание мы уделим дублированию и субтитрованию.

Закадровый перевод, войсовер (от англ. Voice-over — дословно «речь поверх») — вид озвучивания, который учитывает создание добавочной речевой фонограммы фильма на другой язык, смешанный с уникальным так, чтобы зритель мог слышать и перевод, и оригинальную запись [21, с. 374].

Чаще всего у закадрового переводчика присутствует монтажный лист, однако в нем нет каких-нибудь пометок, замечаний или изображений о персонажах, там есть только диалоги. С другой стороны, закадровый перевод отличается от синхронного перевода наличием временных рамок. Переводчик может подготовиться к закадровому переводу при помощи монтажного листа, следовательно, отсутствует элемент «неожиданности», что характерен

синхронному переводу. При закадровом переводе есть так называемый “voice over”, то есть оригинальная дорожка делается тише, но ее все равно слышно, а перевод более громкий.

Дубляж представляется целым замещением уникальной речи актеров на речь на переводящем языке. Дублирование - специальная техника записи, которая разрешает заменить голосовую дорожку фильма с записью оригинального разговора на звуковую дорожку с записью диалога на языке перевода [11, с. 17]. При этом, совпадает не только длительность фраз, начало и окончание речи, но и при высоком качестве – артикуляция актеров с новым текстом.

Дубляж – наиболее расходный и сложный вид аудиовизуального перевода, в то же время, минимально искажающий художественный замысел кино. Перевод в дубляже расценивают по тому, насколько переводчик хорошо «вложил в губы» текст персонажа. При переводе для дубляжа, переводчик должен всецело пересмотреть материал, создать текст с нуля, опираясь на параллельных смысловых потоках, таким образом, чтобы он подходил в условиях другого языка и другой культуры. Дубляж, как основной вид перевода, употребляется в нескольких странах Европы. Однако, дублирование преобладает во многих странах в различных программах и кинокартинах для детей. В России дубляж, традиционно, наиболее преимущественный вид аудиовизуального перевода, однако, из-за его дороговизны и сложности, только крупные студии могут его себе позволить, в то время как любительские студии действуют чаще всего с закадровым переводом.

При переводе неминуема адаптация иностранных текстов, включая языковые и культурные ценности. Под адаптацией предполагается перевод в ясный, плавный, скрытый стиль, который минимизирует чужеродность целевого текста [11, с. 38]. В результате, все иностранные элементы усваиваются в целевой культуре.

Субтитрование – это сокращенный перевод диалогов фильма, что отображает их главное содержание и выражается в виде печатного текста,

находясь, в большинстве случаев, в нижней части экрана. Субтитрирование имеют обусловленные ограничения, потому что текст ограничен некоторой численностью знаков, слов и строк, субтитры привязаны к смене планов в кадре, а также каждая рассинхронизация будет противодействовать восприятию перевода. В современном мире к субтитрам возник ряд дополнительных требований. Кино и телесериалы все чаще смотрят в пути или дома с экранов мобильных устройств, которые имеют свои ограничения в аппаратном и программном обеспечении.

Таким образом, переводчику нужно учитывать также и платформу для просмотра, адаптировать видео и субтитры к ней таким образом, чтобы даже на небольших экранах просмотр был комфортен.

Из-за ряда физиологических особенностей восприятия зрителем информации и ряда технических специфик воссоздание аудио- и видеоматериала, создание и размещение субтитров на экране покоряется последующим требованиям:

1. Субтитры навсегда размещаются внизу экрана, по центру или, в некоторых случаях, слева. Исключения составляют субтитры на корейском, китайском и японском языках, они могут быть размещены сбоку;
2. Субтитры обязаны включать в себя не более двух строк текста. В противном случае, субтитры будут закрывать изображение. Это особенно серьезный момент при субтитрировании для телевидения, потому что размеры телевизора поменьше экрана в кинотеатре. Субтитры, состоящие из двух строк, должны быть, желательно, одинаковыми по длине, либо такой длины, которая является комфортной для восприятия;
3. Часть знаков в строке не должно превышать, в среднем, 40 знаков. Это объясняется тем, что человек не поспевает прочитать больше. Среднестатистический зритель читает медленнее, чем воспринимает речь персонажей;
4. Субтитры должны быть синхронизированы, т. Появляться и исчезать вместе с репликой персонажа.

5. При субтитрирование, интонационно выделенные слова акцентируются курсивом. Необходимо знать правила препинания в субтитрах, особенно правила постановки восклицательных знаков и многоточий;

6. Переводя кинофильм с помощью субтитров, переводчик должен передать всю информацию, несущую прагматическое значение, информацию, имеющую значение при просмотре кинофильма зрителем [33, с. 12].

Прагматический потенциал субтитров, как и любого текста, является следствием предпочтения содержания сообщения, метода его языкового формулирования и способа передачи. В зависимости от коммуникативной задачи, создатель текста выбирает для передачи информации языковые единицы, что имеют нужным предметно-логическим и коннотативным значением. Автор употребляет языковые единицы так, чтобы установить между ними нужные смысловые связи. В результате сделанный текст приобретает обусловленный прагматический потенциал, случай коммуникативного влияния на зрителя [4, с. 61].

Прагматический потенциал каждого текста считается объективным, так как обуславливается содержанием и формой сообщения и есть как бы независимо от создателя текста, в той степени, в которой прагматика текста зависит от передаваемой информации и способа ее передачи, она представляет собой объективную сущность, доступную для восприятия и анализа.

Прагматическое отношение зрителя к тексту субтитров зависит не только от прагматики, но и от многих условий личности зрителя, таких как его фоновых знаний, его нравственного и физического состояния и т. Переводчик фильма на первом этапе перевода – восприятии информации – сам становится зрителем. Переводчик должен иметь теми же фоновыми знаниями, которыми, предположительно, владеют носители языка, чтобы понять как можно больше информации из текста оригинала [4, с. 65].

В процессе ознакомления с кинофильмом и материалом у переводчика может возникнуть собственное отношение, как и у любого прочего зрителя. Однако, переводчик не должен допустить своему суждению сказаться на

переводе. Таким образом, переводчик обязан быть прагматически нейтральным [19]. Спустя ознакомления с сюжетом фильма, переводчик вынужден гарантировать представление начального сообщения, идеи автора. Нужно при этом помнить, что зритель принадлежит к другой языковой среде, он владеет иными фоновыми познаниями и другим кругозором.

Между использованием дубляжа и субтитрами, второй способ передачи информации имеет большее значение в наше время.

В большинстве случаев, субтитрование – более экономный вид аудиовизуального перевода, он требует меньше денежных средств на воплощение в сопоставлении с дубляжом. Только поэтому субтитрование обширно применяется в качестве способа перевода.

Субтитрование занимает значительно меньше периода на выполнение, нежели дубляж.

Одно из основных превосходств субтитрование содержится в том, что зритель слышит оригинальную голосовую дорожку, таким образом, оставляется первичная атмосфера фильма. Для студий дубляжа, особенно малых, иногда непросто отыскать подходящих актеров дубляжа. Неуместные голоса могут исказить впечатление о главных героях кинофильма или даже портить впечатление от просмотра. Воздействовать на впечатление от кинофильма могут также и работа недостаточно высококлассных актеров: их работа может быть чрезмерно наигранной или слишком «сухой». При субтитровании зритель слышит голоса актеров, их интонации [51, с. 201].

Фильмы, переведенные при помощи субтитров, несут просветительную функцию. Могут употребляться как материал для изучения иностранного языка.

Выводы по первой главе

Проанализировав классификацию прагматических адаптаций В. Н. Комиссарова, можно сказать, что прагматические адаптации – это поправки, которые вносит переводчик для достижения понимания и верного восприятия со стороны рецептора. Кроме того, мы четко разграничили два понятия – трансформации и прагматические адаптации, несмотря на то, что они служат одной цели.

Применять прагматические адаптации в тексте перевода с целью сделать его максимально понятным нужно с осторожностью, чтобы не было так, что чуть ли не весь текст заменялся разъяснениями. Создатель перевода или устремляется достигнуть того, чтобы у текста перевода был иной прагматический потенциал, более или менее самостоятельный от прагматики оригинала. Отчего у переводчика может быть немного ролей в межкультурной коммуникации.

Также, в теоретической части работы нами подробно было рассмотрено значение видеотекста. В общем, видеотекст можно охарактеризовать как многоаспектностью, так как массовым употреблением в речи в сфере масс медиа. Объектом переводом видеотекста является исследование закономерностей переводческого процесса, воздействующих на протекание процесса перевода.

Еще тема аудиовизуального перевода в первой главе была подробно рассмотрена. Данный перевод делится на три части: субтитры, дубляж и закадровый перевод. У каждого вида аудиовизуального перевода есть как положительные стороны, так и недостатки. Но большее преимущество в наше время имеет именно субтитрированный перевод. Например, субтитрирование занимает поменьше периода на выполнение, нежели дубляж и при субтитрировании зритель слышит оригинальную голосовую дорожку, таким образом, оставляется первичная атмосфера фильма.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СУБТИТИРОВАНИЯ ВИДЕОТЕКСТА ТЕЛЕШОУ

2.1 Предпереводческий анализ видеотекста

Практическое исследование данной работы выполнено на материале Интернет-ресурсов телешоу «Brother VS Brother» общей временной протяженностью 80 минут [54, 55, 56].

Предпереводческий анализ текста – это активная деятельность переводчика, направленная на глубокое понимание переводимого текста, на определение его коммуникативного задания и стратегии перевода.

Предпереводческий анализ текста имеет подробную схему, которая была представлена К.Норд. В схему включены два фактора: экстралингвистические и внутритекстовые.

Экстралингвистический фактор представляет собой следующую схему:

Библиографическая справка - сбор внешних сведений о тексте.

Для предпереводческого анализа мы взяли видеотекст шоу о дизайне «Brother VS Brother» из интернет портала YouTube. Участники передачи два брата близнеца. Джонатан и Дрю переделывают два жилых помещения. Это может быть частными домами или городскими квартирами. Братья критикуют прежний ремонт и объясняют зрителям, что хотят сделать с этим. После начинается сам ремонт помещений. В начале не возникает никаких проблем, рабочая команда строго придерживается графика, но в середине программы возникают трудности: не привозят краску в нужное время или ошиблись с размером фурнитуры. Конечно, ведущие сразу же стараются исправить ситуацию. С помощью мастерства монтажа недельный труд превращается в пяти минутный процесс ремонта. И вот два помещения готовы. Оценивать работу братьев-близнецов будет один из гостей, что в будущем приобретет понравившейся дизайн. Ведущий, чей дом не выберет покупатель, будет отрабатывать наказание. Это может быть все что угодно: от постановки пьесы, где герой играет шута до прогулки по улице в женском одеянии.

Внутритекстовой фактор представляет из себя лингвопереводческую характеристику текста – определение направленности, задачи, стиля, жанра, функции текста.

а) источник текста делится на три типа: индивидуальный, групповой, массовый.

С пониманием индивидуального источника затруднений нет, над проектом работает один человек. А разницу между групповым и массовым типом, возможно, не заметить, но она все же существует. Групповой источник ограничен возрастом, профессией, интересом, в то время как массовый источник без ограничений и выполнен большим количеством людей.

Источник шоу «Brother VS Brother» - групповой, так как исполнен определенными людьми с определенными интересами в сфере дизайна, а также, имея профессию инженера, строителя, дизайнера, проектировщика. Возраст участников примерно одинаковый 35-40 лет.

б) реципиент – человек воспринимающий.

Как и источник, реципиент разделяется на три типа: индивидуальный, групповой, массовый. Характеристика каждого такие же черты было выше описано.

Предмет нашего анализа имеет более массовый характер, так как направлен на большое количество зрителей: домохозяек, пенсионеров, и просто люди, что следят за тенденциями интерьера

в) коммуникативное задание - цель создания.

Цель создания – предоставить зрителю новинки и идеи в сфере строительства.

г) стиль текста - это разновидности языка, для которых характерна совокупность языковых средств, использующихся в той или иной сфере общественной деятельности.

При предпереводческом анализе выделяются следующие виды: научный, собственно-научный, научно-информативный, научно-справочный, учебно-

научный, научно-популярный, художественный, официально-деловой, публицистический, функциональный стиль обиходного общения.

«Brother VS Brother» имеет следующие стили: функциональный стиль обиходного общения и публицистический.

Первый стиль здесь имеет устную форму существования языка, и поэтому ему свойственны многочисленные повторы, вопросно-ответная форма изложения. Его отличает конкретность, экспрессивность.

А публицистический стиль служит для воздействия на людей через массовую информацию (газеты, журналы, телевидение, афиши, буклеты). Он характеризуется наличием логичностью, эмоциональностью, побудительностью.

д) жанр - это разновидность речи, определяемая данными условиями ситуации и целью употребления.

К публицистическому стилю относятся такие жанры как : заметка ,статья, очерк, репортаж, фельетон, интервью, памфлет, ораторская речь.

Предмет практической части можно отнести к репортажу и ораторской речи.

е) ведущая функция – основная задача текста.

Данная функция делится на денотативную, фактическую экспрессивную, , командную, металингвистическую, поэтическую.

Денотативная функция отвечает за описание предметных ситуаций, а командная относится к проектам, которые управляются группой. Именно эти типы относятся к шоу.

ж) ведущая архитектонико-речевая форма - последовательное построение, включающее тезис, аргументы, примеры.

Форму разделяют на диалог, монолог, полилог.

Монолог и диалог присущи программе, что мы рассматриваем.

з) ведущая композиционно-речевая форма – фрагменты текста художественного произведения, обладающие типической структурой и приписанные творцом произведения «вторичным» субъектам изображения

Данная форма также имеет три вида: повествование, рассуждение, описание.

В шоу «Brother VS Brother» композиционно-речевая форма обладает сразу всеми видами. Например, повествование происходит при отчете строителей о выполненной работе. Рассуждение исходит от ведущих, когда те выясняют, где лучше будет смотреться определенный предмет. И описание неотъемлемая часть видеотекста, когда главная тема такого текста является дизайн.

и) вид текста - вид текста, который может быть представлен в устной или письменной форме.

Так как, предметом нашего исследования является субтитрованный текст телепередачи, то текст может быть представлен как в устной, так и в письменной форме.

к) характер композиции - это способ текста построения, связи его частей, фактов, образов.

Характер композиции может быть стандартизированным и свободным.

Более свободной композицией обладает видеотекст шоу.

л) тональность — это эмоциональное отношение автора высказывания к некоторому объекту, выраженное в тексте.

Нейтральной, сниженной, высокой может быть тональность.

Высокая тональность присутствует в видеофайлах.

м) виды информации

Предоставление информации в лингвистике может быть когнитивной, оперативной, эмоциональной, эстетической.

Так как видеотекст телешоу представляет собой разнообразие передачи информации, то и вид их будет тоже различаться. Например, в текстах «Plan is to keep existing kitchen lay out and update the cabinet with prefab boxes to keep costs down. Top them off with new stone countertops and black splash sourced from a salvage yard to help save money», « Buyers like a laundry room to be function for a family's needs so we will add bones features like a sink for washing up and areas for organizing supplies. We will stack the washer and dryer to make room for the basic

cabinet and we will float shelves above for additional storage» информация будет когнитивной, то есть описание происходящего.

А в текстах «Everybody hated my kitchen color so I decided o put it on and own it», « Francis is a character to say the least he is like nothing I've ever met before», «I'm like let me go let me go let me go» информация имеет более эмоциональный оттенок.

н) креолизированный характер видеотекста

Креолизированный текст – явление, в котором вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое. Основываясь на суждение Е.Е. Анисимовой, к креолизированным текстам следует отнести газетно-публицистические, тексты рекламы, афиши, комиксы, плакаты.

В шоу можно наблюдать связь слов ведущих и то, что представлено на экране:

1. «I like that the ceilings are high here» (рисунок 1).

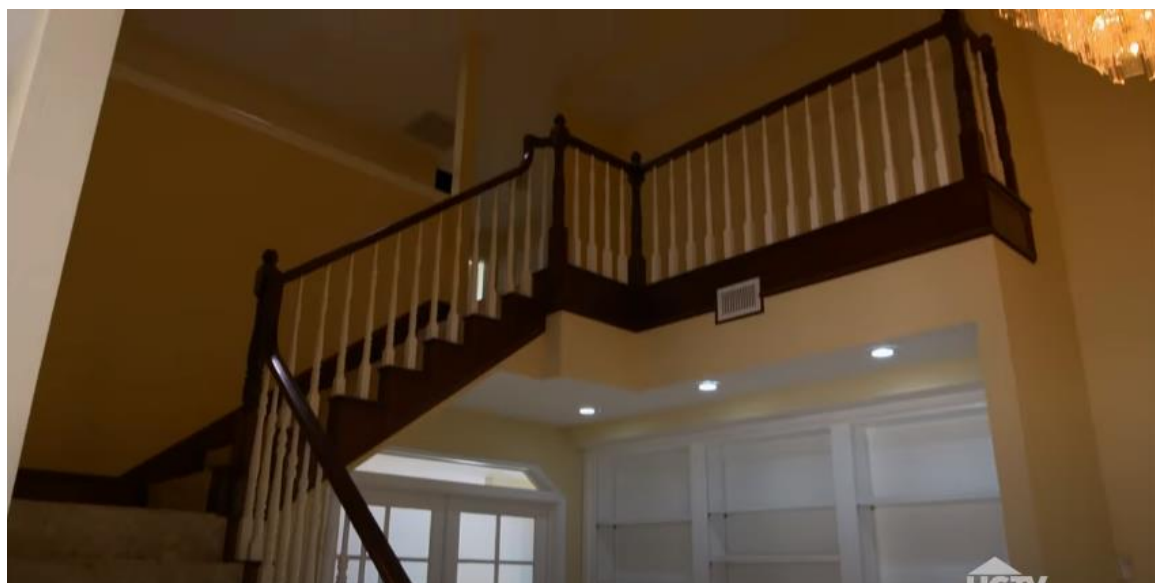


Рисунок 1.

2. «It's a lovely big living room» (рисунок 2).



Рисунок 2.

Периодичная смена кадров строительного процесса создает программу динамичной, интересной, увлекательной. Также, этот эффект усиливается с помощью ритмичной музыки и возгласов участников шоу.

Помимо закадрового голоса, что озвучивает происходящее на видео, отдельной сценой ведущий рассказывает свое мнение к процессу изменения интерьера помещения. Такой прием помогает зрителю увидеть настоящее отношение участника шоу к процессу. Происходит это в режиме интервью, в одно и то же время с ремонтом.

3. «I like it, it's inspiring that everyone is working hard. Nothing will make me happier» (рисунок 3).



Рисунок 3.

4. «I can't even describe to you how happy I was when I called Tracy with the good news» (рисунок 4).



Рисунок 4.

5. «You know, you come in and get ready to be surprised, which is not a little important. People love wow houses» (рисунок 5).



Рисунок 5.

Помимо вербальной стороны, в шоу присутствует невербальный элемент креолизации. Это передача информации без слов, путем жестов, мимики, различных сигнальных и знаковых систем.

6. «The new pillar should pass under the foundation, which is right here» (рисунок 6).



Рисунок 6.

7. «This AC Unit is like a support for the ceiling» (рисунок 7).



Рисунок 7.

8. «It looks amazing. For me, as a buyer, this is the best countertop for you, because you don't have to purchase additional coating for it» (рисунок 8).



Рисунок 8.

Проанализировав креолизацию между видеотекстом и видеорядом, можно сказать, что соотношения невербального и вербального тесно связано.

2.2 Выразительные средства языка в видеотексте

Средства языковой выразительности - это стилистические приемы, которые придают речи и выступлениям эмоциональную и лексическую выразительность, яркость и определенный интонационный оттенок. Все средства языковой выразительности можно поделить на три группы: лексические и синтаксические, фонетические.

Что касается лексики телешоу, то в нем преобладают разговорные группы, часто используются просторечия *«hell no»*, *«what's up»*, *«that's right»*, *«lego»*, *«holy smokes»*.

Однако, поскольку это профессиональная программа, то могут присутствовать и формальные слова и выражения, связанные с тематикой дизайна и строительства *«waterfall style»*, *«Industrial accent»*, *«to maximize storage»*, *«prefab»*.

Что касается грамматической стороны, то грамматика в основном нормативная, упрощенная *«This is gonna add so much»*, *«I like the fact that torch is able to jump in»*, *«I did get the hearth down tile»*, *«There is obviously tension on the*

team». В основном используют времена Present Indefinite, Past Indefinite и Present Perfect. Также, используют конструкцию «To be going to» и «There is/There are».

Что касается фонетической стороны речи, то она также проста. Интонация восходящая, темп быстрый из-за этого четкость речи не всегда понятна, проглатываются окончания. Эмоциональная окраска (тембр) голоса плотная, звонкая, местами даже резкая.

В тексте телешоу используется яркий образный язык. Лексический уровень языка характеризуется наличием переносного и прямого значения у слов. Посредством переносного значения создается художественная образность.

Ирония - осмеяние, содержащее в себе оценку того, что осмеивается. Признаком иронии является двойной смысл, где истинным будет не прямо высказанный, а противоположный ему, подразумеваемый. В тексте телешоу этот прием помогает разрядить обстановку и сделать программу комичнее.

1. They better take a phone
2. Nothing bites me in a butt
3. You call those kitchens?
4. He's wearing woman's sweater
5. Let's be honest no one wants to see Jonathan's hairy beast legs
6. This is a museum

Фразеологизмы (идиомы) - устойчивые выражения, которые имеют смысл только в неизменном виде. При замене или перестановке слов смысл идиомы потеряется. Фразеологизмы делают речь выразительнее.

1. Make sense
2. Hang out
3. Looking for
4. Looking forward
5. Smash up
6. Make sure
7. Lost my mind
8. Check out

9. Figure out
10. Come on
11. Let's rock and roll

Эпитет - это слово или фраза, что добавляют выразительность стоящим рядом словам. Может использоваться с положительным или отрицательным оттенком, в прямом или переносном значении. Эпитет позволяет в телешоу сделать речь красочнее, более образно.

1. Extra money
2. Very cool
3. Incredible work
4. Desperate kitchen
5. Unique element
6. Original glory
7. Entertainment unit
8. Furniture dance
9. Wow house
10. Flooring guy
11. Kitchen boys
12. Kitchen cousins
13. Concrete guys
14. Spacious
15. Personal touches
16. Badly

Профессионализмы - это группа слов или выражения, которые свойственны какой-то отдельной группе людей, задействованных в конкретной сфере, или относящиеся к одной профессии. Профессионализмы раскрывают специфику телешоу, указывают на тематику.

1. Renovation
2. Backsplash
3. Floating shelves

4. Waterfall style
5. Eat-in kitchen
6. Ac unit
7. Bulldozing
8. Maintenance
9. Electric cooktop
10. Sunken living room
11. Demolition
12. Collapsible door
13. Steel-clad
14. Timber
15. Frame
16. Hardwood
17. Forest crest
18. Tones
19. Industrial accent
20. Sidewalls
21. To pop out
22. To renovate
23. French style

Для усиления образно-выразительной функции речи используются особые синтаксические построения — так называемые стилистические (или риторические) фигуры. Стилистическая фигура — оборот речи, синтаксическое построение, используемое для усиления выразительности высказывания.

Анафора - это повторение одинаковых звуков, слов, выражений в начале разных отрезков речи. В программе используется данный прием для усиления эмоционально-торжественного тона.

1. Get it all done get everything out
2. This is gonna add so much this is gonna open up the whole wall
3. Those are fantastic those are huge

4. I don't like the ton I don't like this mark

Риторический вопрос - вопрос, ответ на который не требуется или не ожидается в силу его крайней очевидности для задающего вопрос. Риторический вопрос в программе подчеркивает важность момента, акцентирует на это внимание зрителя.

1. Who is the best judge?
2. What do I do?
3. You call those kitchens?
4. What is this?
5. What's up?
6. You know what?

Риторическое восклицание - приём передачи кульминации чувств. Оно передаёт различные эмоции автора: удивление, восторг, огорчение, радость, злость. Данный прием показывает эмоции ведущих .

1. This is terrible!
2. Love this!

Лексический повтор - стилистическая фигура, заключающаяся в намеренном повторении в обозримом участке текста одного и того же слова либо речевой конструкции. Речь в телешоу становится эмоционально напряженной.

1. Back to work back to work
2. Smashy smashy
3. Let me go let me go let me go
4. Chocka chocka chocka
5. Row after row after row after

Вводные слова - слова, словосочетания, не входящие в структуру предложения, выражающие отношение говорящего к высказыванию. Вводные слова не несут смысловой нагрузки, а усиливают эмоциональную оценку. Они могут передавать уверенность или, наоборот, сомнения говорящего.

1. No, no
2. Wow
3. All right
4. So
5. Hell yes
6. Well
7. Oh god
8. Thank goodness
9. You know
10. Yeah, yeah
11. Holly molly
12. Yep

Фонетические средства выразительности – средства основанные, на звуках речи.

Звукоподражание – это использование звуков речи, передающих какие-либо природные звуки для создания целостной картины в произведении. Данный фонетический прием используется в программе для передачи звукового ощущения от происходящего в видео.

1. Boom
2. Bam
3. Ha ha ha

2.3 Прагматическая адаптация при переводе видеотекстов о дизайне

Совершив предпереводческий анализ видеотекста шоу о дизайне, и рассмотрев текст видеоряда с лингвистической стороны, можно приступить к анализу прагматической адаптации при переводе субтитров шоу «Brother VS Brother».

Для работы мною было просмотрено более 80 минут данного шоу, то есть несколько видеофайлов на интернет портале YouTube.

Систематизируем существующие виды прагматической адаптации.

В переводческой практике наиболее часто используются четыре вида подобной адаптации.

1. Первый вид прагматической адаптации имеет целью обеспечить адекватное понимание сообщения рецепторами перевода. Ориентируясь на «усредненного» рецептора, переводчик учитывает что сообщение, вполне понятное читателям оригинала, может быть непонятым читателями перевода, вследствие отсутствия у них необходимых фоновых знаний. В таких случаях переводчик чаще всего вводит в текст перевода дополнительную информацию, восполняя отсутствующие знания. В некоторых случаях адекватное понимание сообщения рецептором перевода может быть достигнуто путем опущения некоторых неизвестных ему деталей.

2. Если в рассмотренных выше переводах изменения обеспечивали адекватное понимание передаваемого сообщения, то второй вид прагматической адаптации имеет целью добиться правильного восприятия содержания оригинала, донести до рецептора перевода эмоциональное воздействие исходного текста. Необходимость такой адаптации возникает потому, что в каждом языке существуют названия каких-то объектов и ситуаций, с которыми у представителей данного языкового коллектива связаны особые ассоциации.

3. В отличие от предыдущих в данном случае переводчик ориентируется не на усредненного, а на конкретного рецептора и на конкретную ситуацию общения, стремясь обеспечить желаемое воздействие.

4. Четвертый тип прагматической адаптации можно охарактеризовать как решение «экстрапереводческой сверхзадачи». Порой переводчик может использовать перевод для достижения какой-то иной цели, решить какую-то свою задачу, непосредственно несвязанную с точным воспроизведением оригинала. И для решения такой «сверхзадачи» он может изменять и даже искажать оригинал.

Одной из главных задач четвертого вида прагматической адаптации при переводе субтитров является упрощение исходного текста. К этому относится опущение повторов слов и междометий.

Перевод и составление субтитров является сложной и кропотливой работой. Самое главное в воспроизводстве текста в субтитрах - это укладываться в отведенное время, пока говорит человек на видео. При переводе субтитров к шоу «Brother VS Brother», были выделены приемы перевода и виды прагматической адаптации.

Пример 1.

Речь диктора	Субтитры
At 3,600 square feet, it's got five bedrooms, four bathrooms and a list price of 369,900 a bit pricey for my budget. But let's see what kind of work it needs.	00:00:05-00:00:07
	На площади 3600 кв. футов
	есть пять спален
	00:00:08-00:00:10
	четыре ванные комнаты,
	что превышает бюджет на 369900 \$
	00:00:11-00:00:15
	Но давайте посмотрим,
	что требуется сделать.

В данном отрывке текст не является трудным при переводе, нет сложных грамматических конструкций или специальной профессиональной лексики, но сложность здесь состоит в написании цифр. Лучшим решением будет оставить цифры в исходном положении, а не писать их по буквам. Также, можно сменить знаковую систему. В примере написание «3,600» футов было изменено при переводе на «3600 кв. футов», а к денежной сумме был добавлен знак валюты, изменена пунктуация, потому что зритель в процессе прочитывания текста в субтитрах не успеет не только дочитать предложенный видеотекст, но и понять смысл.

Переведенный текст в субтитрах к примеру номер 1 имеет первый и четвертый вид прагматической адаптации. Он нацелен обеспечить адекватное понимание информации при отсутствии фоновых знаний у рецептора. А также, при помощи упрощения видеотекста выполняется основная задача четвертого вида прагматической адаптации – упрощение.

Пример 2.

Речь диктора	Субтитры
What is this? This is terrible. This is their idea of a theater. You have wiring coming through these curtains. You can see. Look at it. That's a fire hazard right there.	00:00:36-00:00:37 Что это? 00:00:38-00:00:39 Ужас. 00:00:41-00:00:42 Это их представление о театре 00:00:43-00:00:45 У вас проводка, проходящая через шторы 00:00:46-00:00:47 Вы видите! Смотрите! 00:00:48 Может быть пожар.

Также, неотъемлемой частью субтитров являются знаки препинания. Реплики, что участники видео произносят с восклицанием, в субтитрах тоже должно это показываться. Конечно, при помощи соответствующего знака – восклицательного. Точно такая же работа продлевается с восклицательным знаком или многоточием. В примере номер 2 мы поставили знаки восклицания, чтобы передать экспрессивность момента, передать интонацию ведущего.

В отрывке не присутствует сложная, специальная лексика, которую не смог понять простой зритель. При переводе был использован прием модуляции,

когда речь идет про пожар. Такой способ упрощает построение субтитров и укладывается во временные рамки.

В предлагаемом отрывке видеотекста примера 2 присутствуют первый и второй виды прагматической адаптации. Первый вид адаптации обеспечивает адекватное понимание информации у рецептора, он применен при переводе фразы «That's a fire hazard right there», для которой подобрано соответствие, привычное для русскоязычного реципиента. Фразы «What is this? This is terrible» при переводе на русский язык показывают зрителю эмоциональное воздействие исходного текста, что подтверждается интонационным рисунком речи из видеоряда и относится к задаче второго вида адаптации. Стоит отметить, что и в данном примере 2 также регистрируется четвертый вид прагматической адаптации. Перевод в отличие от исходного текста был сокращен путем опущения.

Пример 3.

Речь диктора	Субтитры
[MUSIC PLAYING]	00:02:05- 00:02:07
Demolition has begun. I love this. It's getting me pumped up.	[ИГРАЕТ МУЗЫКА]
[MUSIC PLAYING]	00:02:07- 00:02:08
Everyone is working hard, I couldn't be happier. The game plan with demo is get it all done, gets everything out of the way, so we can start pouring our concrete right away.	Снос начался.
	00:02:10- 00:02:12
	Обожаю. Меня это будоражит.
	00:02:12- 00:02:13
	[ИГРАЕТ МУЗЫКА]
	00:02:13- 00:02:15
	Все работают и я очень счастлив.
	00:02:16- 00:02:17
	План с демонстрацией такой:
	00:02:18- 00:02:20
	Успеть все сделать, убрать с дороги.
	00:02:21- 00:02:23

	Так мы начнем заливку бетона.
--	-------------------------------

Пример 3 из видеотекста хорошо показывает, как работать с отдельными моментами видео (посторонние звуки в кадре). В момент возникновения звуков следует обозначить их на письме, как показано выше. Это относится не только к музыке, но и к плачу ребенка, постороннему шуму, а иногда даже если человек с экрана поет, то следует либо писать текст песни, либо обозначать «ПОЕТ ПЕСНЮ».

Данный отрывок с описанием подготовки помещения к бетонированию содержит профессиональную лексику. Но данная лексика при переводе не вызвала затруднения, не пришлось искать дополнительную информацию для передачи смысла текста на другой язык. При переводе использовались такие трансформации как компенсация смысла, антонимический перевод, а также членение предложений, что способствует упрощению субтитров.

Данный пример показывает имеет третий и четвертый виды прагматической адаптации: он ориентирован на конкретного читателя и на конкретную ситуацию, а также, передачу не сказанного, а подразумеваемого. Работая с переводом субтитров, переводчик должен сократить текст, оставив главную информацию. И именно данная особенность работы при четвертом виде прагматической адаптации хорошо наблюдается в примере номер 3, когда речь идет о демонстрации помещения.

Пример 4.

Речь диктора	Субтитры
-Tracy, I thought you guys are gonna be done the paint by now.	00:28:31- 00:28:32 ДЖ-Трейси, я думал, вы, уже закончили с покраской.
- Well ran a little problem. Last night that drywall issue we had right through there and had to retape it all again .	00:28:33- 00:28:34 ТР- Ну, возникла небольшая проблема.
- This same area came apart?	
- Yes, that came apart. We are masking	00:28:35- 00:28:37

off everything. - Okay. - We are gonna shoot the ceilings. Around shoot the baseboards but we are gonna roll all the walls.	Прошлой ночью у нас была проблема с гипсокартоном, 00:28:38- 00:28:39 и нам пришлось все это переклеить. 00:28:39- 00:28:40 ДЖ- Опять та же часть? 00:28:40- 00:28:43 ТР- Да, та же. Мы исправляем все. 00:28:43 ДЖ- Хорошо. 00:28:44- 00:28:49 ТР- Мы снимем потолки, плинтуса, но мы покрасим стены.
---	--

А в примере 4, представленном выше, продемонстрирована работа с субтитрами в формате диалога. Для удобства прочтения текста в субтитрах, в начале предложения следует поставить инициалы людей, что участвуют в диалоге. Также, в момент речи два человека могут перебивать друг друга или говорить одновременно. Чтобы не потерять смысловую нагрузку текста, стоит писать фразы в два ряда: первое предложение – первого участника диалога, следовательно, вторая часть текста - второго участника.

Этот отрывок видеотекста наполнен большим количеством терминов, связанных с дизайном и строительством. Поэтому при переводе слов, словосочетаний пришлось использовать поиск подходящего соответствия из специализированных словарей. При переводе использовались следующие переводческие трансформации: транскрипция, генерализация и объединение предложений.

Исходя из вышеперечисленного, прагматической адаптацией данного текста является третий и четвертый виды. Опять же данный тип используется, потому что для передачи определенной информации рецептору используются

другие средства, нежели, что представляются в оригинале. Также, «сверхзадача» четвертого вида прагматической адаптации при переводе была выполнена путем упрощения текста.

Таким образом, завершив анализ, можно отметить, что перевод видеотекста шоу о дизайне «Brother VS Brother», чаще всего встречается третий вид прагматической адаптации. Также, встречается первый и второй виды. Но во всех примерах перевода текста встречается четвертый вид прагматической адаптации. Это связано на прямую с его «сверхзадачей»-упрощением текста при работе с переводом субтитров. Конкретные случаи и конкретные ситуации в ходе общения ведущих доказывают, что при переводе текст имеет третий вид прагматической адаптации. И во всех случаях выделяется четвертый вид прагматической адаптации, потому что при переводе субтитров перед переводчиком стоит главная задача –упрощение текста.

Выводы по второй главе

Во второй главе «Анализ субтитрованного видеотекста», была проделана большая работа: предпереводческий анализ, выявление языковых средств выразительности и выявление прагматических адаптаций в видеотекстах шоу.

Само шоу представляет собой передачу для дома, для просмотра всей семьей.

Поэтому и при предпереводческом анализе выявляется характер массовости, публицистики. При изучении и анализе текста важно понимать его функцию. Денотативная функция отвечает за описание предметных ситуаций, а командная относится к проектам, которые управляются группой. Именно данные функции присутствуют в видеотекстах шоу. Также, при предпереводческом анализе видеотекста, так как это часть видеоряда, важно понимать связь между невербальным и вербальным в работе.

Вербальная сторона видеоряда тесно взаимодействует с изображением. Монолог ведущего иллюстрируется соответствующими кадрами.

Жестикуляция, мимика при общении между бригадой рабочих, позволяет сделать нам вывод о наличии невербального общения, что также является элементом креолизации.

Изюминкой шоу «Brother VS Brother» является видеоинструкция на простом, незамысловатом языке, чтобы всем зрителям было понятно, о чем идет речь в кадре. Исходя из этого средства языковой выразительности также наполненным просторечными фразами, идиомами, междометиями. А специальную тематическую лексику ведущий объясняет, или кадр в видеоряде объясняет, о чем идет речь.

Стоит отметить, что при переводе видеотекста о простом и понятном для всех, переводчик также использует различные виды прагматической адаптации для решения различных задач.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе бакалаврской работы нами были выполнены поставленные цели и задачи.

Было достигнуто понимание сути прагматической адаптации перевода текста. Это некое искажение текста, что привносит переводчик для правильного восприятия со стороны принимающего. Были изучены все четыре вида прагматической адаптации. Также, были выявлены виды трансформаций при переводе текста с английского на русский язык.

Также, была подробно рассмотрена тема свойства перевода видеотекста. Объектом переводом видеотекста является исследование закономерностей переводческого процесса, воздействующих на протекание процесса перевода. К ним относится количество буквенных знаков, строчек текста, и временные рамки.

У каждого вида аудиовизуального перевода есть как положительные стороны, так и недостатки. Например, субтитрированные занимает меньше трат времени и сил, нежели дубляж и при субтитрах зритель слышит оригинальную голосовую дорожку, что погружает в атмосферу происходящего на экране.

Во второй главе данной работы был подробно проанализирован видеотекст шоу о дизайне «Brother VS Brother»

Во время предпереводческого анализа подробно описывается жанр, цели, функции и креолизацию видеотекста. Денотативная функция отвечает за информационное наполнение текста, а командная относится к проекту текста.

Также, при предпереводческом анализе видеотекста о дизайне важно понимать связь между невербальным и вербальным в работе. Вербальная сторона видеоряда тесно взаимодействует с изображением. Монолог ведущего иллюстрируется соответствующими кадрами. Жестикуляция, мимика при общении между бригадой рабочих, позволяет сделать нам вывод о наличии невербального общения, что также является элементом креолизации.

Самое важное, что есть в шоу «Brother VS Brother» это то, что он

представлен понятным, разговорным языком, дабы всем зрителям было понятно, о чем идет речь в кадре. Поэтому средства языковой выразительности также выполнены на основе простой лексики.

Также, нужно добавить, что при переводе видеотекста о простых и понятных для всех темах, задача переводчика заключалась в создании аналогичного текста на языке перевода. В целом можно отметить преобладание первого вида прагматической адаптации, что объясняется задачей сохранения ситуации, представленной в видеотексте.

При переводе видеотекста переводчику пришлось применить различные виды трансформаций, а также поиск соответствий. Переводчику пришлось работать со знаками препинания, в частности, расставленные восклицательные и вопросительные знаки препинания при работе с субтитрами показывает эмоциональность говорящего и передает определенную интонацию, что относится к задаче второго вида прагматической адаптации. Четвертый вид прагматической адаптации потребовал компрессии текста.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алимов, В. В. Теория перевода. Перевод в сфере профессиональной коммуникации: учеб. пособие / В. В. Алимов // 4-е изд., испр. – Москва : КомКнига, 2006. – 160 с.
2. Алексеева, И. С. Введение в переводоведение. / И. С. Алексеева. СПб.: Филологический факультет. СПбГУ, 2004. 352 с.
3. Анисимова, Е.Е. Лингвистика и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие / Е.Е. Анисимова. – М.: Академия 2003. – С. 11-24.
4. Афанаскина, Н. Ю. Киноперевод как объект исследования лингвистики, социологии, межкультурной коммуникации и теории перевода / Н.Ю. Афанаскина // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. — 2017. — № 4. — С. 58-66.
5. Библия. Книги священного писания Ветхого и Нового Завета с параллельными местами и приложениями [Текст] : в синодальном переводе. - Москва : Никея, 2016. - 1592 с
6. Виноградов, В. С. Введение в переводоведение. – М. : Изд-во ин-та общего среднего образования РАО, 2001. – С. 200-224 .
7. Виссон Л. Русские проблемы в английской речи. Слова и фразы в контексте двух культур. Пер. с англ. Изд. 3-е, стереотипное. М.: Р. Валент, 2005. 192 с.
8. Гамбье, И. Перевод и переводоведение на стыке цифровых технологий / И. Гамбье // Вестн. СПбГУ – Сер. 9. – 2016. – Вып. 4. – С. 77-94.
9. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования [Текст] / И.Р. Гальперин. – М.: КомКнига, 2007. – 144 с.
10. Горшкова, В. Е. Перевод кинодиалога как осмысленный производ // Перевод: ремесло, искусство, наука: коллективная монография / Е.А. Вебер, В.Е. Горшкова, Н.Н. Ефимова, Е.Ю. Куницына, Н.Г. Корнаухова, Н.В. Щурик; науч.

ред. А.М. Каплуненко; [под общ. ред. В.Е. Горшковой]. – Иркутск: ИГУ, 2017. – С. 80-97.

11. Горшкова, В. Е. Перевод в кино: монография. / В. Е. Горшкова. Иркутск: ИГЛУ, 2006. – С. 15-69.

12. Горшкова, В.Е. Теоретические основы процессоориентированного подхода к переводу кинодиалога (на материале современного французского кино) : автореф. дис. д-ра филол. наук: 10.02.05, 10.02.20 / Горшкова Вера Евгеньевна. Иркутск, 2006. 32 с.

13. Добросклонской Т.Г. «Медалингвистика: теория, методы, направления», М.: МГУ; 2020. – С. 26-40.

14. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). М.: Едиториал УРСС, 2005. - С. 235-288 .

15. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. М.: ФЛИНТА, 2014.- С. 38-67.

16. Духовная, Т. В. Жанрово-стилистические и прагматические факторы формирования субтитров // Международный научный институт “Educatio”. 2015. № 9(16). С. 13-15.

17. Духовная, Т.В. Субтитры как элемент кинодискурса: лингвистический и паралингвистический аспекты: дис. на соискание ученой степени кандидата филологических наук: 10.02.19 / Духовная Татьяна Валерьевна. Краснодар, 2018. 215 с.

18. Ермолович, Д. И. Имена собственные на стыке языков и культур / Д. И. Ермолович. М.: Р.Валент, 2001. 200 с.

19. Зубкова, Е. В., Погорелая, З. Н. Достижение динамической эквивалентности при передаче реалий в аудиовизуальном переводе [Электронный ресурс] // ЭБС Лань. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/300224> (дата обращения 30.05.2022).

20. Казакова Т.А. Практические основы перевода. – СПб. : Союз, 2001. – С. 103-119.
21. Козуляев, А. В. Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности и особенности обучения данному виду перевода // XVII Царскосельские чтения. Материалы международной научной конференции 23–24 апреля 2013 г. Том I. Под общей редакцией профессора В. Н. Скворцова. 2013. С. 374-381.
22. Козуляев, А.В. Интегративная модель обучения аудиовизуальному переводу: диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук: 13.00.02 / Козуляев Алексей Владимирович. М., 2019. 234 с. 52 44
23. Комиссаров, В. Н. Общая теория перевода. Проблемы переводоведения в освещении зарубежных ученых: учеб. пособие / В. Н. Комиссаров. – М.: ЧеРо, 1999. – С.136-150.
24. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров // М. : Высшая школа, 1990. – С. 209 -227.
25. Кузьмичев, С.А. Перевод кинофильмов как отдельный вид перевода / С.А. Кузьмичев // Вестник МГЛУ. – 2012. – №9 (642). – С.140-150.
26. Кустова, О. Ю. Концептуальные модели исследования киноперевода // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2019. №192. С. 123-130.
27. Кустова, О. Ю. Поликодовость текста как фактор стратегии перевода кинофильма // Актуальные направления научных исследований: от теории к практике. 2015. № 1 (3). С. 279-282.
28. Латышев, Л.К. Технология перевода: Учеб. пособие для студ. лингв, вузов и фак / Лев Константинович Латышев // 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательский центр «Академия», 2005. — 320 с.
29. Левченко, М. Н. Креолизованный текст в системе «Интернет» // Вестник Московского государственного областного университета. – 2018. – № 4. – С. 12-24.

30. Малёнова, Е. Д. Теория и практика аудиовизуального перевода: отечественный и зарубежный опыт / Е. Д. Малёнова // Омск. Коммуникативные исследования. – 2017. – № 2 (12). – С. 32-46.М
31. Малик, Н. Е. Методика работы с субтитрами в комплексном обучении иностранному языку // Многоязычие в образовательном пространстве. Сборник статей. 2010. №2. С. 138-143.
32. Матасов, Р.А. Перевод кино/видео материалов: лингвокультурологические и дидактические аспекты: автореф. дис. на соискание ученой степени кандидата филологических наук: 10.02.20 / Матасов Роман Александрович. М., 2009. 9-23 с.
33. Микоян, А.С. Проблемы перевода текстов СМИ / А.С. Микоян // Язык средств массовой информации: учеб. пособие для вузов; под ред. М.Н. Володиной. – М., 2008. – С. 388–401.
34. Миньяр-Белоручев Р.К. Теория и методы перевода. – М. : Московский Лицей, 1996. –С.127-163.
35. Неронский, Л.Б. Как озвучить фильм / Л.Б. Неронский // М.: Искусство, 1997. – С. 32.
36. Нойберт, А. Прагматические аспекты перевода / А. Нойберт // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. – М. : Междунар. отношения, 1978. – С. 185-201.
37. Одинцов В. В. Стилистика текста. М.: КомКнига, 2006. 264 с.
38. Поволжский фестиваль студенческой науки: материалы докладов IV Региональный молодежный научно-практический конференции г. Тольятти 15-16 апреля 2021 года / отв. прот. Д. Лескина.- Тольятти : Поволжский православный институт, 2021 . С. 105-107.
39. Толмачева, М.В. Телевизионный медиатекст как объект лингвистического анализа / М.В. Толмачева. – Москва.: Учебное пособие, 2012. – С. 211.

40. Тюрина, Н. А. Прагматическая адаптация англоязычных газетно-публицистических текстов: автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04 / Тюрина Наталья Александровна. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2003. – 23 с
41. 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: 10.02.05 / Снеткова Марина Сергеевна. М., 2009. 27 с.
42. Слышкин, Г.Г. Кинотекст [Текст] / Г. Г. Слышкин, М.А. Ефремова. – М.: Водолей Publishers, 2004. – С. -127- 153.
43. Солодуб, Ю. П. Теория и практика художественного перевода: учебное пособие для вузов / Ю. П. Солодуб, Ф. Б. Альбрехт, А. Ю. Кузнецов // Москва: Academia, 2005. – 304 с.
44. Федорова, И. К. Перевод кинотекста в свете концепции культурного переноса: проблема переводческой адаптации // Вестник Челябинского государственного университета. Сер. Филология. Искусствоведение. 2009.- С. 142–149.
45. Филиппов, С.А. Киноязык и история. Краткая история кинематографа и киноискусства [Текст] / С.А. Филиппов. – М.: Клуб «Альма Анима», 2006. – 207 с.
46. . Хухуни, Г.Т. Межкультурная адаптация художественного текста / Г.Т. Хухуни, И.И. Валуйцева // М. : Прометей, 2003. - 170 с.
47. Шамова, Н. В. Разграничение понятий «эквивалентность» и «адекватность» в переводе / Н. В. Шамова // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2005. – № 2. – С. 171-180
48. Швейцер, А. Д. Эквивалентность и адекватность перевода / А. Д. Швейцер // Тетради переводчика: науч.-теорет. сб. / под ред. С. Ф. Гончаренко. – М. : Высшая школа, 1989. – Вып. 23. – С. 31-40.

49. Чаплыгина, Ю.С. Юмористические креолизованные тексты: структура, семантика, прагматика: на материале английского языка: дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2002. – 222 с.

50. Чигаев, Д.П. Уровни связности креолизованного текста. Текст и контекст: лингвистический, литературоведческий и методический аспекты / Д.П. Чигаев. – М.: МГПУ; Ярославль: Ремдер, 2009. – 83 с.

51. Anderman, G., Audiovisual Translation: Language Transfer on Screen [Текст] / Gunilla Anderman, Jorge Díaz Cintas. – Palgrave Macmillan, 2009. – 114-250 p.

52. Danan, M. Dubbing as an Expression of Nationalism [Текст] / Martine Danan // Meta. – 1991. – Vol. 36. N 4. – P. 606-614. 30. Gottlieb, H. Linguistic Algorithms of Translation [Текст] / Henrik Gottlieb. – Heidelberg, 1994. – 230 p.

53. Tsar Harry! Russians who want British prince to take vacant throne (just don't mention the Romanovs) // Daily Mail Online, 4.05.2011, Great Britain, URL: <http://inosmi.ru/politic/20110504/169047721.html> (дата обращения: 31.05.2022).

Иллюстративный материал

54. Brother vs. Brother: Modern Industrial Living Room Transformation HGTV//URL:https://www.youtube.com/watch?v=Tq2Ab8RaUDk&t=3s&ab_channel=HGTV (дата обращения: 31.05.2022).

55. Brother vs. Brother: Entire Kitchen Remodel for \$34K With HUGE Island//URL:https://www.youtube.com/watch?v=JcOLPtgNQPM&ab_channel=HGTV (дата обращения: 31.05.2022).

56. Brother vs. Brother: Weekend Warriors //URL: https://www.youtube.com/watch?v=x_uHfTGhlxk (дата обращения: 31.05.2022).