

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное учреждение
высшего образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра английской филологии

Особенности перевода англоязычных комиксов

Выпускная квалификационная работа

студентки 745П группы
направления подготовки 45.03.02
«Лингвистика»,
профиля «Перевод и переводоведение»
Козловой Татьяны Игоревны

(подпись)

«Допущена к защите в ГЭК»
Зав.кафедрой

(подпись)

«__» _____ 2016

Научный руководитель -
кандидат филологических наук,
доцент кафедры
английской филологии
Карпушина Елена Евгеньевна

(подпись)

ПЕРМЬ
2016

Содержание

Введение	3
1. Глава 1. Теоретические основы исследования.....	5
1.1. Креолизированный текст как лингвовизуальный феномен.....	5
1.2. Функции изображения в креолизованном тексте. Функции шрифта в креолизованном тексте	14
1.3. Комикс как тип креолизованного текста.....	19
1.4. Универсальные правила построения комиксов.....	21
Выводы по главе 1.....	26
2. Глава 2. Особенности перевода англоязычных комиксов на различных языковых уровнях.....	27
2.1. Графический и фонетический уровни.....	27
2.2. Лексический уровень.....	31
2.3. Морфологический и синтаксический уровни.....	35
2.4. Особенности перевода средств художественной выразительности.....	38
Выводы по главе 2.....	42
Заключение.....	44
Библиографический список.....	46

Введение

В настоящее время креолизированные тексты являются одной из преобладающих форм представления информации, т.е. тексты, в которых используются визуальный и вербальный коды. В последнее время комиксы стали очень популярны и, с появлением комиксов в различных культурах, встал вопрос об их переводе.

Работа посвящена особенностям перевода англоязычных комиксов.

Актуальность работы обусловлена возрастающей популярностью комиксов за рубежом и в России, а также недостаточной исследованностью данной области.

Объектом исследования является современные англоязычные комиксы. В качестве **предмета** исследования рассматриваются особенности перевода креолизированных текстов комиксов.

Цель исследования – выявить и изучить особенности перевода текста комикса, проследить влияние жанра комикса на перевод текста. Для достижения поставленной цели были поставлены следующие **задачи**: 1) рассмотреть комикс как креолизированный текст; 2) рассмотреть историю создания комиксов; 3) ознакомиться с правилами построения комиксов; 4) выявить особенности и проблемы перевода текстов комиксов, проанализировав текст комиксов на примере некоторых из них. При проведении исследования в данной дипломной работе были использованы следующие **методы исследования**:

- теоретические: изучение литературы и анализ исследуемой проблемы;
- эмпирические: сравнительно-сопоставительный и стилистический анализ.

Материалом данного исследования послужили комиксы: «Simpsons Comics № 206», «Futurama Comics № 1», «Garfield», «Sin City: That Yellow Bastard № 1», «Naruto Side Story – The Path Shone By The Full Moon's Light», «V for Vendetta № 1», «Age of Ultron № 1», «Gen 13 № 1».

Теоретическая значимость выполненной работы заключается в том, что данное исследование вносит определенный вклад в развитие лингвостилистики английского языка, лингвокультурологии, прагмалингвистики и теории дискурса в области структуры, семантики и прагматики креолизованного сообщения, актуализированного в тексте англоязычного комикса.

Практическая значимость работы состоит в разработке алгоритма перевода текста комикса, результаты работы могут найти применение в практике иллюстрирования текстов, а также во время исследования восприятия текстов комиксов.

Данная дипломная работа имеет традиционную структуру и состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка.

Первая глава посвящена теоретическим аспектам исследования. В ней изучается понятие комикса как креолизованного текста, история возникновения и развития комикса, рассматриваются его особенности построения.

Вторая глава работы включает практическое исследование структуры и особенностей перевода текста комикса на различных языковых уровнях.

В заключении подводятся итоги по проведенному исследованию, в списке литературы указываются источники, использованные при исследовании.

Глава 1. Теоретические основы исследования

1.1 Креолизованный текст как лингвовизуальный феномен

Первоначальное значение слова «креолизация» – «процесс образования новых этнических групп путем смешения кровей нескольких контактирующих этносов»[25]. Как известно, первоначально креолами (от фр. *créole*; исп. *criollo* и порт. *crioulo*; лат. *creare* - «создавать, возвращать») называли детей смешанных браков испанских и португальских поселенцев и местных жителей, родившихся в Латинской Америке. Позднее креолами стали называть всех потомков европейских переселенцев на территориях колоний в Северной и Южной Америках. Процесс взаимодействия нескольких этносов на одной территории неизбежно ведет к взаимодействию их национальных языков. Отсюда происходит второе, узколингвистическое значение термина: креолизация – «процесс формирования нового языка (смешанного по лексике и грамматике) в результате взаимодействия нескольких языков»[25], процесс, следующий за пиджинизацией. Соответственно, креолизованными (креольскими) называют языки, возникшие в результате смешения нескольких языков. В 1990 году Ю. А. Сорокин и Е. Ф. Тарасов[4] предложили термин «креолизованные тексты» для обозначения текстов, «фактура которых состоит из двух негомогенных частей». В итоге, существует три понимания термина «креолизация»: «общее», «лингвистическое» и «текстуальное».

В настоящее время проблемами текста занимаются специалисты в различных областях, т.к. текст исследуется как сложное полифункциональное знаковое образование. При исследовании коммуникации необходимо проводить четкую грань между гомогенными сообщениями, основывающимися на одной семиотической системе, и креолизованными сообщениями, основывающимися на комбинации или объединении разных знаковых систем [1]. Глубокое научное изучение невозможно без попыток классификации знаковых систем и соответствующих типов сообщений с учетом языка и речевых сообщений.

Развитие коммуникативной лингвистики и лингвистики текста обусловило необходимость в исследовании паралингвистических средств в тексте как основной единицы языковой коммуникации. Креолизованные либо семиотически осложненные тексты стали неотъемлемой частью современной жизни. Они окружают нас повсюду – в общественных местах, дома, на работе, в транспорте – и их значение невозможно недооценивать. Ими принято считать «тексты, порождаемые в коммуникативных актах» [4]. Их также называют поликодовыми [5]. Креолизованный текст - это текст, состоящий из знаков различных систем: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей другой знаковой системе, нежели естественный язык) [6]. В современном обществе наряду с вербальными все чаще используются иконические знаки. Примером использования вербальных и иконических знаков в едином плане текста могут послужить тексты политических плакатов, печатную рекламу, тексты телевидения, комиксы, кинотексты, Web-сайты в интернете и т.п.

Понятие креолизованного текста имеет широкое значение, и в его состав могут входить не только изобразительный, но и «слуховые» (звуки, использующиеся в устной речи, а также звуковые сигналы, которые производятся с помощью звонка, колокола, свистка, гудка, сирены), «обонятельные» (к примеру, зарегистрированная Патентным ведомством США еще в 1990 г. пряжа с особым ароматом или нашумевшие в Европе теннисные мячики, имеющие «запах свежескошенной травы».) и другие знаки. Современная реклама создается с целью воздействия на все органы чувств человека, поэтому она часто наполнена различными символами и знаками [7]. Картинки и тексты воспринимаются рецепиентом зрительно, а на слух действуют не только теле- и радиотрансляции рекламы, но и некоторые особые слуховые образы.

В зависимости от наличия изображения и характера его связи с вербальной частью выделяются три основных группы текстов: тексты с

нулевой креолизацией, тексты с частичной креолизацией и тексты с полной креолизацией.

В текстах с нулевой креолизацией изображение не несет в себе никакого важного значения и не несет какой-либо информации, поэтому изображение может быть и не представлено. Типичными примерами являются бегущая строка и строчные рекламные объявления в печатных изданиях.

В текстах с частичной креолизацией вербальные и иконические элементы независимы друг от друга, изобразительный элемент всего лишь сопровождает вербальную часть. В рекламе лекарственных средств визуальный компонент изображает упаковку, что в этом случае помогает отличить его от других препаратов.

В текстах с полной креолизацией наблюдается слияние компонентов, вербальный элемент полностью зависит от изобразительного ряда, изображение является обязательным элементом текста. Иконический элемент может быть представлен иллюстрациями (фотографиями, рисунками), формулами, схемами, таблицами, символическими изображениями и т.д. Комикс является ярким примером данного текста, так как вербальный и невербальный компонент связаны друг с другом и сопровождают друг друга.

О.В. Пойманова предлагает различать креолизованные (видеовербальные тексты) по целому ряду признаков, распространяющихся как на письменные, так и на устные тексты:

По гетерогенности:

- нулевая степень (только вербальный или только иконический текст);
- ненулевая степень (сочетание вербальных и изобразительных компонентов).

По характеру иконического компонента:

- статичный (например, реклама в журнале, плакат);
- двухмерный (видеовербальный текст в книге, кино и др.);
- трехмерный (видеовербальный текст в театральной пьесе).

По характеру вербального компонента:

- устный, включающий либо живую речь, либо запись этой речи с помощью специальных технических средств;
- письменный, представленный рукописным или печатным вариантами, печатный же вариант может быть статичным или динамичным (например, бегущая строка в рекламном тексте);
- включающий знаки одного естественного языка;
- включающий знаки нескольких естественных языков.

По соотношению объема информации, переданной различными знаками, и по роли изображения:

- репетиционные (изображение в основном повторяет вербальный текст, полного повторения быть не может из-за специфики знаков той или иной знаковой системы);
- аддитивные (изображение несет в себе значительную дополнительную информацию);
- выделительные (изображение «подчеркивает» какой-то аспект вербальной информации, которая по своему объему значительно превосходит иконическую);
- оппозитивные (содержание, переданное картинкой, вступает в противоречие с вербальной информацией, на основе этого часто возникает комический эффект);
- интегративные (изображение встроено в вербальный текст или вербальный текст дополняет изображение в интересах совместной передачи информации);
- изобразительно-центрические (изображение играет главную роль, вербальная часть лишь поясняет и конкретизирует его).

По характеру связей, объединяющих вербальный и изобразительный компоненты:

- эксплицитно выраженные;

- эксплицитно невыраженные (имплицитные связи) [24].

В целом изобразительный ряд в виде художественно-образных, декоративных, познавательных иллюстраций и вербальный компонент создают единый целостный компонент креолизованного текста как объекта вербальной и визуальной коммуникации.

Мир креолизованных текстов очень разнообразен. Он охватывает тексты газетно-публицистические, научно-технические, тексты-инструкции, иллюстрированные художественные тексты, тексты рекламы, афиши, комиксы, плакаты, листовки и др. Роль креолизованных текстов стремительно возрастает по мере «эскалации изображения», знаменующей собой качественно новый процесс развития речевой коммуникации, отвечающий потребностям современного общества [10].

Одной из важнейших текстовых категорий является категория модальности. Применительно к тексту понятие «модальность» до сих пор не получило своего общепризнанного толкования и его границы в лингвистической литературе остаются достаточно расплывчатыми. Обычно под модальностью понимается текстовая категория, выражающая отношение говорящего к сообщаемому, его оценку содержания речи. И. Р. Гальперин отождествляет текстовую модальность с субъективно-оценочной характеристикой предмета речи в тексте. При этом к текстам, обладающим модальностью, исследователь относит поэтические, публицистические тексты. Научные тексты, напротив, характеризуются бесстрастностью, логичностью, аргументированностью, их рассматривают, как тексты с нулевой модальностью.

Более правомерным, как мы думаем, является расширенное толкование модальности как категории, включающей самые разные виды квалификации сообщаемого, в том числе наряду с субъективной (эмоциональной, положительной, отрицательной и др.) объективную (логическую, интеллектуальную и др.) оценку содержания текста. Текстовая модальность при этом проявляется по-разному: в одних текстах доминирует или является

единственно возможной объективной оценочностью (прежде всего в научных, деловых текстах), в других, напротив, превалирует личностная, индивидуальная оценочность (особенно в художественных, рекламных, политических текстах).

Текстовая модальность может касаться как отдельных отрезков текста, так и всего текста в целом. Реализация текстовой модальности происходит при помощи арсенала языковых средств, используемых в тексте: грамматических, лексических, фразеологических, интонационных, стилистических. В паралингвистически активных текстах значительную долю модальной информации несут невербальные средства. По словам Г. П. Немеца : «Известные лингвистической науке так называемые традиционные средства модальности в процессе языкового развития, обогащения человеческого общества все новыми формами как языка, так и неязыковыми (экстралингвистическими и паралингвистическими) возможностями, значительно расширяют свои границы...» [12]. Извлечение модального компонента смысла креолизованного текста, определение его «модального ключа» происходит на основе восприятия информации, заключенной в вербальных и невербальных знаках познающей ее языковой личностью. Особую роль при этом играют фоновые знания, мироощущение, эмоции, желания реципиента.

Роль иконических средств в модальной характеристике креолизованного текста нельзя считать однозначной. Так, одни иконические знаки могут выступать в качестве самостоятельного носителя определенной модальности, например побудительной (в предупреждающих, запрещающих дорожных знаках). Субъективная оценочность в значительной степени присуща картинам. Небезынтересной в данном отношении представляется точка зрения А.К. Варга, считающего, что в живописи могут быть выделены нарративные и аргументирующие картины [10]. В то время как задача первых заключается в том, чтобы рассказать адресату о тех или иных событиях, показать их в развитии (в рамках одной или серии картин), задача вторых

заключается в том, чтобы убедить адресата в чем-либо. При этом изображение выступает в качестве аффективного, эмоционального аргумента, выражающего широчайший спектр авторских оценок, нередко определить границу между нарративными и аргументирующими картинками бывает трудно. Личная оценочность ярко проявляется в таких жанрах живописи, как карикатура, шарж (отрицание, ирония, насмешка и др.).

В большинстве же случаев иконические средства в силу своей расплывчатости, меньшей определенности своей семантики по сравнению с вербальными средствами «нуждаются в дополнительном знании, то есть в конечном счете в помощи слова» [11]. При этом в креолизованном тексте как преимущественно коллективно-авторском тексте происходит «согласование» коммуникативных компетенций нескольких авторов — автора вербальной части текста, художника-оформителя, редактора и др., коррекция их оценок содержания текста. В зависимости от невербального контекста один и тот же иконический знак может приобретать разную модальность. К примеру, изображение знаменитой церкви Покрова на Нерли служит для научно-познавательных целей в «Истории русского искусства», способствует выражению объективной оценки содержания текста, в молитвенном тексте этот же знак создает модальность прекрасного (возвышенного отношения к передаваемой информации), в рекламных целях с помощью данного изображения выражается побудительная модальность текста. Модальная информация между частями креолизованного текста может распределяться по-разному: в то время как в одних текстах основными носителями оценочной информации являются вербальные средства, а иконические средства лишь «поддерживают» последние, в других текстах модальность задается иконическими средствами, передающими экспрессию, эмоциональный заряд текста (например, фотохроника, репортаж с места событий и т.д.).

Положительная оценочность одного компонента (вербального/ иконического) «перекрывается» и уходит на задний план благодаря

отрицательной оценочности другого компонента (иконического/вербального). Возникающий в результате этого диссонанс создает эффект «обманутого ожидания», что используется в комических и сатирических целях. Соединение, слияние модальных ключей вербальных и иконических средств в креолизованном тексте определяют его модальность в целом, обуславливают особенности его воздействия на адресата.

С позиции участников коммуникации, креолизованный текст не отличается от вербального текста, поскольку ему присущи те же текстовые категории, основными из которых являются целостность и связность. Целостность представляет собой единство текста, его способность существовать в коммуникации, как внутренне, так и внешне организованное целое. Связность заключается в содержательной и формальной связи частей текста. Обе категории связаны друг с другом и взаимообуславливают друг друга.

Целостность креолизованного текста задается коммуникативно-когнитивной установкой адресанта (автора текста, его «соавторов» в лице художника, фотографа, редактора и др.), единой темой, раскрываемой вербальными, иконическими и другими паралингвистическими средствами. В речевом общении креолизованный текст представляется сложным текстовым образованием, в котором вербальные и иконические элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, способствующее комплексному воздействию на адресата.

Роль вербальных и иконических средств в реализации замысла автора является неоднозначной. Б. Карлаварис предлагает различать четыре типа иллюстраций в тексте:

- 1) доминирующую иллюстрацию, основополагающую текст - играет ведущую роль в раскрытии темы, образуя как бы «информационную основу» текста;
- 2) равноценную иллюстрацию, используемую в текстах, где определенная часть информации передается через иконические средства;

- 3) сопровождающую иллюстрацию, являющейся в тексте дополнением, пояснением вербальной части;
- 4) декоративную иллюстрацию, которая является украшением текста, служит для эстетических целей общения - информационная значимость относительно невелика, и ей отводится второстепенная роль в содержательной структуре текста. [14]. Связность креолизованного текста проявляется в тесном взаимодействии вербальных и иконических компонентов, оно обнаруживается на разных уровнях: содержательном, содержательно-языковом, содержательно-композиционном.

1.2 Функции изображения в креолизованном тексте

Поскольку изображение является важнейшим компонентом креолизованного текста, то оно несет на себе значительную функциональную нагрузку. В зависимости от типа креолизованного текста изображение выполняет в нем как универсальные функции, так и специфические, характерные для конкретного вида коммуникации. Функций различаются в каждом типе текста. Наиболее разнообразно и ярко функции изображения представлены в текстах наглядной агитации: листовках, плакатах, граффити и т.п., где иконические и другие паралингвистические средства (цвет, шрифт и др.) выступают как обязательный, а иногда и главный дифференцирующий признак текстового типа. К основным универсальным функциям изображения как средства визуальной коммуникации относятся: аттрактивная, информативная, экспрессивная, эстетическая.

Аттрактивная функция заключается в назначении изображения привлекать внимание адресата, участвовать в организации визуального восприятия текста. К примеру, в текстах носящих комический характер, данная функция достигается за счет использования карикатур, шаржей или иронических коллажей.

Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов рассматривают аттрактивность как свойство привлечения внимания, «сигнал взаимодействия и согласования смысловых и эмоциональных полей коммуникатора и реципиента» [24, с. 183]. Являясь сильным зрительным возбудителем, изображение притягивает к себе внимание адресата, вызывает в нем готовность вступить в коммуникативный контакт с отправителем текста, ознакомиться с содержанием.

Информативная функция - назначение изображения состоит в том, чтобы передавать определенную информацию. В комиксах каждое изображение несет в себе какую-либо информацию, так как показывает действия героев.

Экспрессивная функция изображения заключается в его назначении выражать чувства адресанта и воздействовать на эмоции адресата. Пример проявления: герой кричит на другого героя, у него подняты руки, широко открыт рот и глаза, он возмущен.

Эстетическая функция изображения состоит в том, чтобы в наглядных, чувственно воспринимаемых образах реализовать художественный замысел художника, воздействовать на эстетические чувства адресата. В комиксах художник изображает людей немного отличающихся от жизни, в более идеализированном варианте, чтобы читателям было приятно смотреть на изображения.

Частными функциями изображения являются: символическая, иллюстративная, аргументирующая, эвфемистическая, функция создания имиджа (например, политических деятелей), характерологическая, сатирическая.

Символическая функция изображения заключается в назначении выражать посредством наглядных, чувственно воспринимаемых образов абстрактные понятия и идеи. [23, с. 78].

Использование изображения в данной функции позволяет создавать емкие, глубокие по степени обобщения образы. Возникновение одних изображений-символов связано с конкретным текстом, которые несут в себе авторский отпечаток и допускают различное количество единичных интерпретаций. Другие изображения-символы имеют конвенциональный характер и ограничены в своей интерпретации. Степень конвенциональности при этом может быть различной: от знаков с жестко фиксированным значением - гербов, эмблем, аллегорий, общечеловеческих символов (например, голубь - символ мира; череп - символ смерти) до изображений-полусимволов, за которыми закреплены определенные значения. К таким изображениям-полусимволам относятся: дом - символ государства; штурвал корабля - кормило власти; путевой столб - выбор пути; застрявшая в грязи повозка - отсталость, регресс и др. [23, с. 99].

Иллюстративная функция изображения - с помощью наглядных, чувственно воспринимаемых образов воспроизводить полностью или частично информацию, выраженную вербально. В комиксах текст сопровождает картинку и играет вторичную роль.

Аргументирующая функция изображения - выступать в качестве наглядного аргумента в «поддержку», в подтверждение информации, выраженной вербально.

Визуально воспринимаемая информация, по мнению исследователей, вызывает у адресата большее доверие.

Эвфемистическая функция изображения - выступать в качестве эвфемизма, передавать визуальными средствами информацию, которая в силу известных причин не может быть вербализована.

Возможность использования изображения в качестве эвфемизма обусловлена самой спецификой изобразительного языка. В отличие от слова, точно фиксирующего мысль, изображение выражает мысль иносказательно, часто завуалировано, что допускает относительную свободу ее интерпретации адресатом. Это свойство широко применяется отправителем текста в пропагандистских целях, с тем чтобы достигнуть цели коммуникации и избежать таким образом нежелательных для себя последствий.

Сатирическая функция изображения заключается в создании определенного сатирического или юмористического эффекта. Такой эффект в комиксах создается за счет эмоций героев, в их жестах и мимике.

Перечисленные функции изображения тесно связаны, взаимодействуют друг с другом и участвуют в реализации коммуникативных задач изображения [23, с. 15].

Функции шрифта в креолизованном тексте

Что касается шрифта, то он является необходимым композиционным элементом креолизованного текста, строительным материалом для оформления его вербальной части, но и самостоятельной художественной формой.

Шрифт обладает следующими функциями:

Аттрактивная функция. Все элементы графической организации текста: величина букв, их ширина, начертание, расстояние между ними и др. — призваны привлекать внимание рецепиента, они обеспечивают возможность комфортного прочтения, а также задают определенный ритм. Также написанные более крупным шрифтом слова создают определенную логическую цепочку, позволяя адресату экономить время, не читая дополнительную информацию. Использование вариаций размера шрифта привлекает внимание адресата.

Смысловыделительная функция. Она заключается в том, что шрифт способен выделять наиболее важные по смыслу части вербального компонента (отдельные слова, словосочетания, предложения) и акцентировать на них внимание адресата. Использование вариаций размера шрифта привлекает внимание адресата. В комиксах же выделенные слова передают смысл всего высказывания, на них делается акцент. Мы выделяем главную мысль, главную деталь всего предложения: You know, you just can't stay mad at a guy who **enjoys life** so much! («Ну как можно долго злиться на такого **жизнерадостного** парня!»)

Экспрессивная функция. Данная функция основывается на разнообразных эмоционально-выразительных качествах шрифта. Любые изменения в форме и начертании шрифта становятся заметными и могут служить источником экспрессии. Именно поэтому шрифт рассматривается исследователями как «искусство оттенков, пластических тонкостей и вариаций» [5]. Шрифт в комиксах помогает и выражать эмоции, выделение

шрифтом помогает определить состояние героев как, например, выделение такой фразы: **Oh my God!** («О Боже!»).

В зависимости от своих качеств шрифты подразделяются на шрифты с рациональными и шрифты с эмоциональными свойствами [9]. Последняя группа шрифтов, выполненных свободно от руки и отличающихся художественностью, призвана усилить эмоциональность текста. Так, орнаментальное начертание букв вызывает ощущение легкости, изящества; наклонное — создает ощущение напряженности, тревоги.

Использование шрифта зависит от характера содержания текста, замысла и творческой манеры автора. Вместе с тем в выборе отдельных видов шрифтов могут быть обнаружены устойчивые зависимости.

- Характерологическая функция. Данная функция основана на способности шрифта вызывать у адресата ассоциации с определенными историческими эпохами, нациями, социальной средой, отдельными историческими личностями или современными политическими фигурами.
- Символическая функция. Данная функция шрифта основывается на его способности ассоциироваться с абстрактными понятиями. Отрицательные ассоциативные связи при использовании шрифта служат достижению сатирического эффекта.
- Сатирическая функция основывается на способности шрифта в комплексе с другими средствами участвовать в создании сатирического или юмористического эффекта. Эта функция также задается с помощью изменения шрифта либо выделением шрифтом именно той юмористической части.
- Эстетическая функция шрифта реализуется в художественной выразительности текста, его образности, воздействии на эстетические чувства адресата [22].

1.3 Комикс как тип креолизованного текста

В лингвистике существует большое количество определений понятия комикса.

Комикс – небольшая, наполненная иллюстрациями книжка лёгкого, обычно приключенческого содержания, а также серия рисунков с соответствующими подписями (Ожегов 1949).

Скотт МакКлауд, автор книги «Суть комикса» (англ. Understanding comics), предлагает краткое определение – «последовательные изображения», и более полное — «смежные рисунки и другие изображения в смысловой последовательности».

Жорж Садуль определяет комиксы, как «рассказы в картинках».

С точки зрения лингвистики комикс (от англ. comic – смешной) – серия рисунков с краткими текстами, образующая связное повествование. Появились в конце 19 века в газетах США. В середине 20 века комикс – один из популярнейших жанров массовой культуры. Современные комиксы в основном утратили комический характер, их сменили комиксы «ужасов» – о преступлениях, войне, а также комиксы, упрощенно перелагающие произведения классиков (Большой Энциклопедический словарь).

С точки зрения культурологии, комикс – вид печатной продукции, представляющий собой повествование в картинках, которые снабжены кратким сопроводительным текстом или репликами действующих лиц. Комиксы выпускаются для детей и взрослых в виде отдельных книжек и журналов, помещаются в прессе, иногда занимая целые полосы. Они нередко выступают как средства наглядной агитации, рекламы. У истоков комикса стояли известные художники У. Хогарт, В. Буш, Ж. Эффель, Х. Бидstrup, (Культурологический словарь 1998–2004).

На основе выше сказанного можно сделать вывод, что суть данного жанра заключается в серии изображений, при помощи которой рассказывается какая-либо история.

Е.В. Харитонов в своей работе «Девятое искусство. Историко-критический обзор фантастического комикса» [6], говоря о происхождении комиксов, указывает, что подлинным отцом газетного комикса является английский карикатурист, офортист и живописец Томас Роулендсон (1756-1827). Его серия о приключениях доктора Синтаксиса – «Путешествие доктора Синтаксиса в поисках живописного» – публиковалась в газетах в 1812 - 1821 гг. и является хронологически первым образцом настоящей графической прозы. Однако в этом жанре начинает работать швейцарский педагог, график и новеллист Родольф Тёпфер. Тёпфер преподавал в пансионе и, чтобы ученики лучше запомнили материал, разработал литературу в эстампах – забавные рассказы с картинками и текстом. В 1814 году японский мастер цветной ксилографии Кацусика Хокусай создал первую серию работ, названных им «мангой» (японские комиксы).

Настоящий комиксный бум начался в США на рубеже 1920-1930-х годов и был спровоцирован эпохой Великой Депрессии. В XX веке комикс стал одним из популярных жанров массовой культуры. К этому времени комиксы утратили комичность, за которую получили название. Основным жанром комиксов стали приключения: боевики, детективы, ужасы, фантастика, истории о супергероях.

В конце прошлого века большую популярность приобретают азиатские жанры комикса: японская манга и, менее известные, как китайская маньхуа и корейская манхва.

В начале XXI века комиксы получили новое воплощение за счёт новых компьютерных технологий, используемых при раскрашивании комиксов, а также целого ряда талантливых художников, таких как Эшли Вуд, Тодд Макфарлейн, Сэм Кит, Паоло Ривера, Грег Капулло, Умберто Рамос, Джузеппе Камунколи и др. Комиксы стали не только рисовать карандашом, но и писать маслом, а также комбинировать первое и второе в сочетании с графическими цифровыми технологиями.

1.4 Универсальные правила построения комиксов

На многих сайтах можно найти советы по созданию комиксов, но на сайте <http://mangalectory.ru/lessons/ml410> приведены все правила и законы создания комиксов, рассказывается об основах раскадровки и композиции. Все это необходимо нам для полного описания комикса и его особенностей. Поскольку рассказ нужно начинать со знакомства зрителя с окружением, то первым правилом построения является раскадровка. Начальные кадры всегда задают тон и настроение повествования. Поэтому желательно, чтобы первая панель была достаточно большой, развернутой и хорошо демонстрирующей место действия.

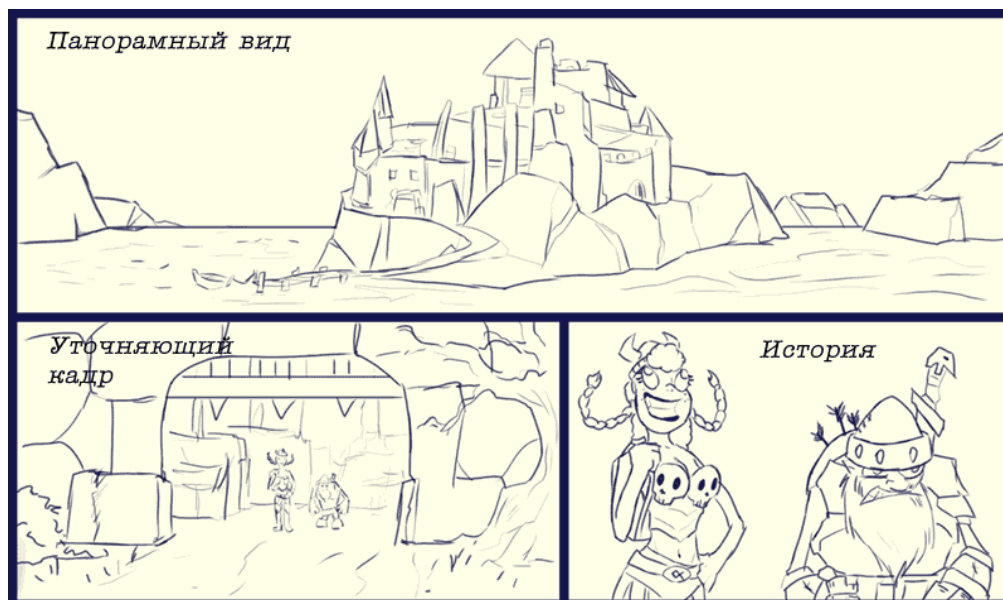


Рис.1

Для придания атмосферности и загадочности с первых страниц можно воспользоваться цепочкой кадров, сюжетно связанных друг с другом, которые содержат минимальное количество информации.

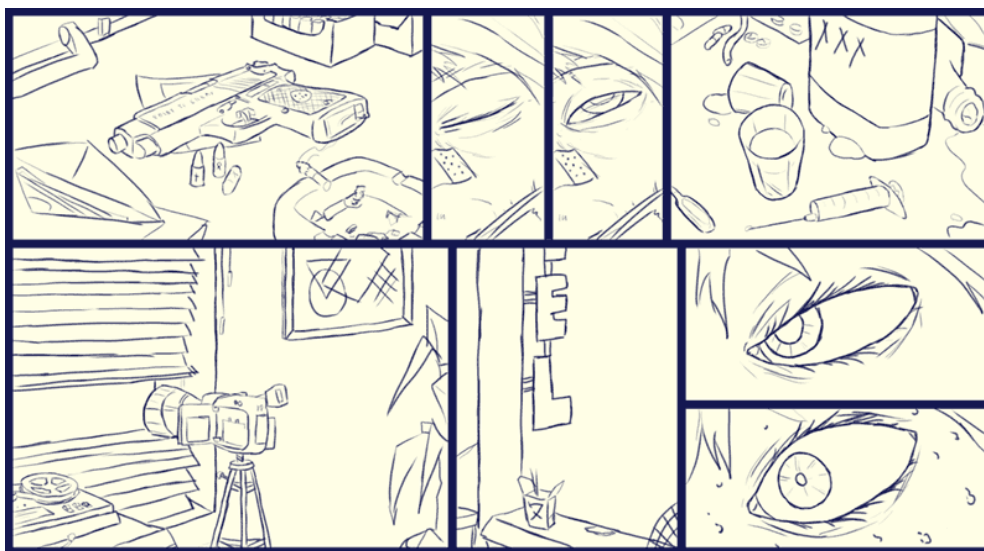


Рис.2

Количество панелей и их размер зависит от важности происходящего: чем больше ее размер – тем большее значение в сюжете играет эта сцена. В одну большую панель можно уместить события, случившиеся в разные временные отрезки, расположив их в хронологическом порядке слева направо. Кроме того, всегда стоит учитывать место для «пузырей» с мыслями или диалогами. Изображение в длинном кадре воспринимается как происходящее в течение длительного времени. Такие формы панелей в комиксах подходят как для очень медленных действий, так и для большого количества действий.

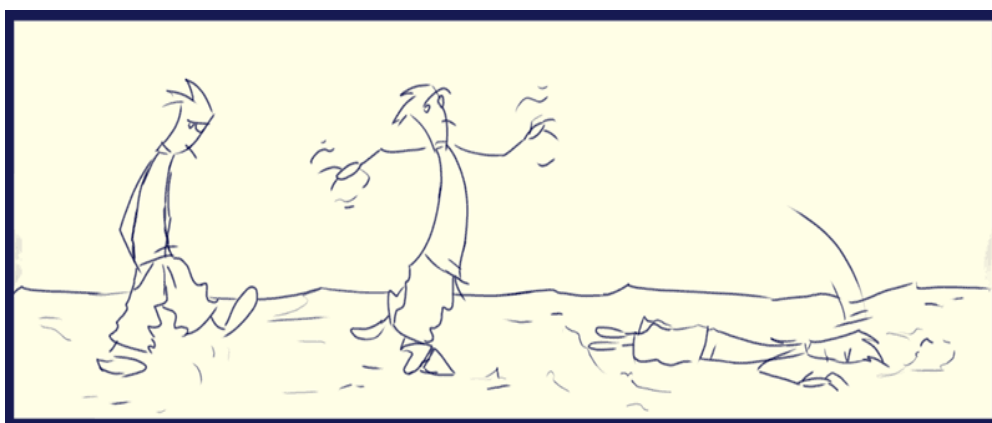


Рис.3

Короткие высокие панели иллюстрируют быстрые действия – такое композиционное решение очень часто используется при боевых сценах, но вполне подходит и для диалогов при небольших объёмах текста. Но все же

действие и событие имеют разное значение для сюжета, поэтому подобные панели не стоит использовать для передачи значимых моментов.



Рис.4

В комиксе не рекомендуется превышать лимит в 6 кадров на страницу, большее количество допустимо только при наличии незначительных эпизодов. Рецепиенту сложно воспринимать информацию, когда на листе слишком много действия и сюжета.

Направление повествования всегда слева направо – это взгляд главного героя. Персонаж находится в левой части изображения, если приходит, и справа, если покидает место действия. Препятствия же смотрят налево и находятся справа. Это простые правила, которые сильно облегчают восприятие комикса.



Рис.5

Важно помнить о правилах построения планов:

- Дальний план — показывает место действия. Персонажи в таком случае выглядят очень маленькими.
- Общий план — когда видно всего персонажа. Такая композиция тоже подходит для показа места действия.

- Средний план — используется, когда взаимодействуют двое или несколько человек. Вариант – вид героя по пояс.
- Крупный план — когда показана лишь голова персонажа. Применяется также для выведения объекта из фона.
- Макро план — когда показана отдельная деталь. Данный план создан для экстремальных ситуаций.



Рис.6

Также важным пунктом в правилах построения комиксов является композиция. Композиция – это умение управлять вниманием зрителя, составлять объекты и выстраивать планы изображения так, чтобы взгляд мог скользить по картинке, обращая внимание на ключевые элементы. Если в работе любого художника композиция выстроена правильно, то, присмотревшись, можно обнаружить темные отделы на светлых частях и наоборот - это один или несколько разноразмерных элементов, не повторяющих форму панели и друг друга. Такая композиция комфортна для восприятия.

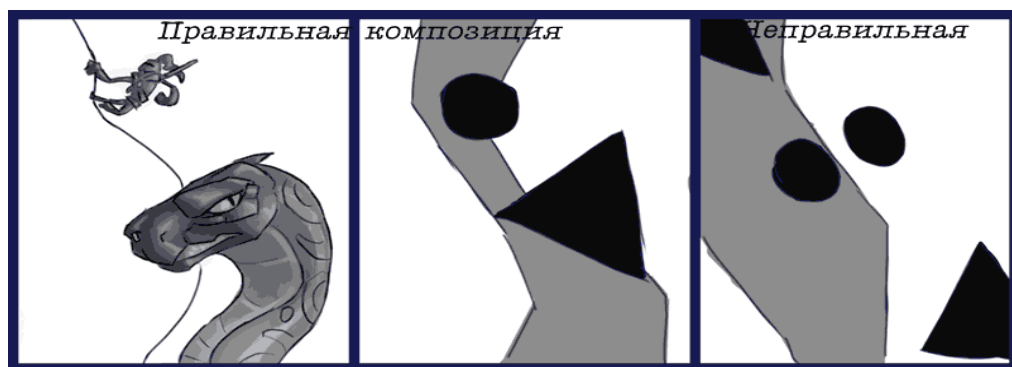


Рис.7

Иногда используется правило золотого сечения, благодаря которому удастся выстраивать идеальные для восприятия человеческим глазом пропорции.

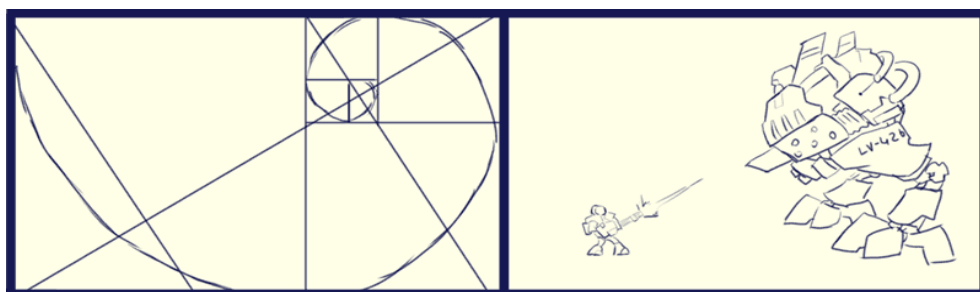


Рис.8

Визуальный центр изображения находится выше геометрического, это та точка, куда зритель должен направить свое внимание.. Это связано с тем, как люди смотрят на мир: снизу вверх. Если картинка чуть приподнята, зрителю будет комфортнее воспринимать её. В этом правиле есть исключения: когда кадр намеренно нужно опустить (например, при взгляде «сверху»).

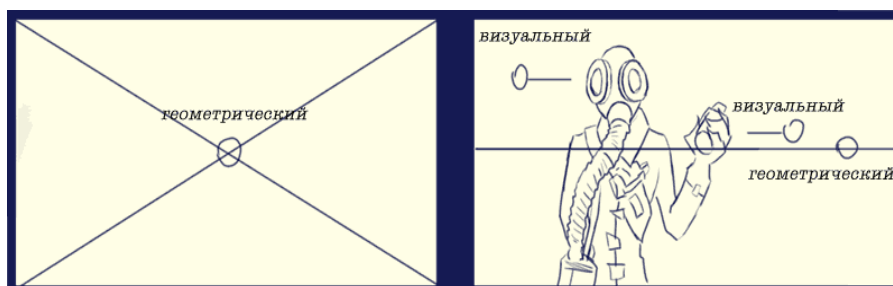


Рис.9

Выводы по главе 1

1. Одной из разновидностей текстов является креолизованный текст, который сочетает в себе знаки различных систем: языковых (вербальных) и невербальных знаков, то есть знаков, принадлежащих к другим семиотическим системам. Они связаны между собой и образуют одно структурное, смысловое и функциональное целое, что помогает повлиять на адресата.
2. Изображение как важнейший элемент креолизованного текста несет в себе очень важную смысловую нагрузку. В зависимости от типа креолизованного текста изображение выполняет универсальные, частные, специфические, характерные для конкретного вида коммуникации функции. Шрифт также является важной составляющей, так как помогает оформить вербальную часть текста.
3. Комикс является ярким примером креолизованного текста. Под комиксом мы понимаем особый вид повествования, последовательность кадров, содержащих в себе как рисунки, так и сопровождающее их вербальное воспроизведение диалога героев. Рисунок и вербальный текст создают органическое смысловое единство.
4. Комикс был рассмотрен не только как тип текста, но и как литературный жанр, характерен для англоязычной лингвокультуры – именно в данной лингвокультуре он родился и продолжил свое развитие и в других культурах. В англоязычных странах комикс является одним из видов современного искусства.

Глава 2. Особенности перевода англоязычных комиксов на различных языковых уровнях

На основе теории, изученной в первой главе данной дипломной работы, в практической части будут проанализированы особенности перевода комиксов. Чтобы выявить лингвистические особенности комиксов, мы проанализируем язык комиксов на разных языковых уровнях.

2.1 Графический и фонетический уровни.

Наглядность комиксов – это их преимущество перед другими литературными искусстваами, открывающее разнообразие выразительных средств, чем авторы и издательства непременно пользуются. Часто текстовые сообщения комикса носят комедийный характер, в комиксах практически нет каких-либо графических и языковых границ.

Различные вставки и знаки являются особенностью каждого комикса. Самое распространенное средство графического выражения текста – это выделение слов жирным шрифтом. Обычно это используется для подчеркивания главного смысла («Simpsons Comics № 206», 2013):

- Sorry! I'm no good until my first morning beer! («Вы извините, но без утреннего бокальчика пива – котелок не варит»)
- But it's **two in the afternoon!** («Но уже два часа дня!»)
- What? I gotta get to **Moe's!** («Что? Мне срочно нужно к **Мо!**»)

В данном примере мы видим указание на время, что уже слишком поздно пить пиво, но так как герой пьет пиво только у Мо, необходимо подчеркнуть, что герой пойдет именно к нему, а не к другому. Важно передать значимость данного компонента, подобрав верный эквивалент.

Или в комиксе «Gen 13 № 1»:

- My name is **special agent Barker**. I'm with the **National Security Committee**. («Это спецagent Баркер. Я из комитета национальной безопасности.»)
- Sorry to bother you at this hour, Ms. Fairchild, but it was **vital** that we reach you today to inform you that you've been accepted into our **Gen-13 program**.

(«Простите, что потревожили в такой час, но нам приказали сегодня же сообщить о том, что вы приняты в программу Ген-13.»)

Здесь подчеркивается статус человека, его важность и название программы, которая тоже является очень важной. Поэтому важно сохранить все эти компоненты, так как они несут смысловую функцию.

Также выделение шрифта обозначает повышенный тон голоса героя, показывает эмоциональность предложения («Futurama Comics № 1»):

- You guys! Come quick! **You gotta see this!** («Ребята! Быстрее! **Вы должны это видеть!**»)

- **Oh my God!** («**О Боже!**»)

- **How did it happened?** («**Как это вышло?**»)

- **Woo!** Who needs ethics? **Not us!** («Да! Кому нужна эта мораль?»)

- **Never had'em, never will!** («Никогда не было и никогда не будет!»)

- **We're boned.** («Мы влипши»)

В приведенных примерах мы видим и удивление, и радость, и разочарование – все эти эмоции подчеркиваются за счет выделения шрифтом.

Иногда жирный шрифт используется для обращения внимания на особенные слова: имена собственные, слова, особенно выделяющие героя или просто слова, придуманные персонажем или автором комикса, также часто выделяются реалии, эквивалент которых редко можно встретить в другом языке («Futurama Comics № 1»):

- Nah, I just wanted to let you know that you're an **idiot** ans Leela's a **sappy know-it-all!** (Хах, я просто хочу, чтобы вы знали, что ты **идиот**, а Лила **занудная всезнайка!**) – в данном примере обозначено то, как характеризует герой других, их особенности.

Проблему перевода выделенных реалий принято решать с помощью транскрипции и транслитерации, что позволяет узнать, как данная реалия звучит на языке оригинала:

- To see if I can hide the **Galactic Terminatrix 3000** from the police!
(«Проверим, смогу ли я спрятать Галактический Терминатрикс 3000 от полиции.»)

- Oh no! A **Dingo attack!** («О нет! Динго атакуют!») – автор сохранил все реалии, характерные для данного комикса.

В комиксе «Simpsons Comics № 206» (эл. ресурс: <http://view-comic.com/simpsons-comics-206-2013/>) мы можем наблюдать особый знак (≡), который используется для передачи негромких звуков, или как в примере – нашептывания:

- ≡ Whisper!Whisper!≡ **Hunger games** ≡Whisper!Whisper!≡ **Lawsuit** ≡Whisper!
Whisper!≡

- ≡Шепот! Шепот! ≡ **Голодные игры** ≡Шепот! Шепот! ≡ **В суде** ≡Шепот!
Шепот! ≡

В комиксах можно передать любой звук и чувство. Делают это обычно с помощью слов-звукоподражателей. Их рисуют как от руки, так и наносят позже в компьютере. Для тех, кто рисует комиксы на родном языке здесь больших проблем не возникает, любой из нас, не зная общепринятой ономапии, может придумать какое "слово" издает любой предмет. А при передаче звуков с одного языка на другой могут возникнуть трудности. Часто переводчики используют транслитерацию или транскрипцию для передачи звуков (bang – «бэнг», crash – «крэш»), но сейчас существуют определенные списки звуков (например, http://rp-universe.ru/publ/rpu/instrukcii/zvuki_v_komiksakh/27-1-0-135), которые можно использовать для перевода звукоподражаний, чтобы не возникали ошибки.

Комиксы предполагают прямую речь, поэтому в них языковое содержание комиксов отличается наличием звукоподражаний, таких как Ligh («Ох...»), Gulp-Gulp («Глоть-глоть»), Pssshhh («Шшш»), Hey («Эй»), Eh? («Э?»), Wha? («Что?»), Hmm... («Хмм») (данные взяты из комикса «Naruto Side Story – The Path Shone By The Full Moon's Light»). Помимо этого, для знакового выражения звуков, которые издают предметы, используются

сочетания букв, произношение которых позволяет максимально точно передать звуковую наполненность мира комиксов. Например, в комиксе «Naruto Side Story – The Path Shone By The Full Moon’s Light» мы видим большое количество предметных звукоподражаний, таких как Drop – «Бряк» (кружка падает на пол), Slide – «Скользь» (звук отодвигающейся двери), Click – «Щелк» (щелчок зажигалкой), Clinch – «Жим» (хватают за руку), Thud – «Вхык» (удар).

2.2 Лексический уровень

На начальном этапе своего существования комиксы считались детской литературой, потому что создавались специально легкими для восприятия. Но через некоторое время стало понятно, что больше всего комиксами увлечены студенты. Ситуация на данный момент изменилась.

Существуют комиксы, предназначенные исключительно для молодежи. Детям же подобная литература не только будет непонятна, но и вредна. Но все же комиксы без ограничения по возрасту существуют и широко распространены по всему миру, где большинство изданий ориентированно на школьников. Именно от целевой аудитории и жанра комикса зависит, какая лексика может содержаться на его страницах.

К детским комиксам мы можем отнести «Naruto», «Garfield». Первый комикс рассказывает нам о приключениях мальчика, который защищает своих друзей и свои идеалы, пытается достичь определенных целей, также здесь содержатся боевые сцены и поэтому лексическое наполнение подобных изданий всегда возвышенное, много запутанных фраз и глубоких размышлений, что заставляет читателя задуматься.

- You were captured by a certain man, and had your memories erased while being held in town. («Тебя схватили и стерли воспоминания, пока держали в городе в плену»)

- But I'd rather have my memories erased than my life, if you ask me. So let's chalk this one up as a win. («Лично я бы предпочел расстаться с памятью, чем с жизнью. Поэтому будем считать, что тебе повезло»)

В данных комиксах нам важно сохранить возвышенный стиль и нет необходимости переводить каждое слово. В первом предложении был использован прием опущения, мы опустили *by a certain man*, так как это не несет определенной смысловой нагрузки. Здесь главным является передача смысла всего предложения.

Комикс про кота Гарфилда также рассчитан на детскую аудиторию, несмотря на то, что там содержатся сатирические и ироничные моменты,

которые сохранены в русском варианте комикса, юмор будет понятен каждому.

- Instead of making a list of things I want for my birthday...I made a list of things I don't want. («И что я буду мучиться и изводить гору бумаги и писать список, чего я хочу на день рождения?! Проще написать, чего я не хочу!»)

- Raisins? («Изюм?»)

- Garfield! Get out of that bed! Where's your sense of wonder? Where's your sense of adventure! («Хватит спать, Гарфилд! Хоть бы посмотрел на мир! Где твое чувство прекрасного!»)

- They ran off with my sense of humor («Там же, где и чувство юмора!»)

Что же касается комиксов для подростков, то в них содержится и ненормативная лексика, и жаргон, и сленг. Они применяются для обозначения большого количества слов и понятий, чтобы показать пренебрежение или безразличие к предмету высказывания, смягчить или наоборот усилить неприятное впечатление от передаваемого сообщения, избежать избитых или высокопарных выражений.

Поэтому на переводчике лежит большая ответственность выяснить значение слова в контексте и, поэтому окончательный вариант должен не только передавать смысловое содержание, но сохранить экспрессивно-стилистическую окраску слова. Например, «Futurama Comics № 1»:

- Way to go, blood bag! («Молодец, кусок мяса!»)

- What the hell are we doing down there, anyway? («Какого черта мы здесь делаем?»)

Или в «Simpsons Comics № 206»:

- Grrr! To get that lousy kite down from that tree! («Грррр! Снять этого чертового змея с дерева!»)

- Oh, no! Water is full of disgusting fish and the air is filled with filthy birds! («О, нет! В воде плавают эти гадкие рыбы, а в воздухе полно мерзких птиц»)

- Scram! («Катись!»)

В процессе перевода переводчик использовал трансформации, пытаясь подобрать соответствия в русском языке, для достижения адекватности, чтобы максимально приблизить перевод с оригиналом.

Анализируя в целом лексику языка комиксов, стоит, прежде всего, отметить её широкий диапазон: в комиксе встречаются слова, относящиеся ко всем стилям и к самым различным областям, в зависимости от сюжета и замысла автора. Несмотря на это, в комиксах практически отсутствует абстрактная лексика, так как в них почти не встречаются отвлечённо-философские размышления. Используемая лексика всегда связана с конкретным событием и направлена на описание действий, иллюстрируемых соответствующим рисунком кадра.

Также важным моментом является перевод имен героев комиксов. Существуют различные методы передачи иностранных имен. Метод транскрибирования – передача звукового облика – наиболее распространен на данный момент. Используется и метод транслитерации – графическая передача слова. Метод калькирования – построение лексических единиц соответствуя образцу данных слов англоязычной культуры – применяется при переводе прозвищ. Также при переводе прозвищ наиболее адекватный способ перевода – это раскрытие значения, чтобы была выполнена коммуникативная функция. Имена персонажей могут быть говорящими. Однако если комикс имеет сильный местный колорит, то даже говорящие имена не должны переводиться. Ведь имена иностранных граждан не переводятся и сохраняются исходными, используя транслитерацию («Simpsons Comics № 206», 2013): Marge – Мардж, Homer – Гомер, Moe – Мо, Simpson – Симпсон, Mr. Burns – мистер Бёрнс, Mr. Smithers – мистер Смитерс.

Перевод имен можно увидеть и в другом комиксе («V for Vendetta № 1», 1988): Mr. Karel – мистер Карел, Queen Zara – королева Зара, Mr. Heyer – мистер Хейер, Mr. Etheridge – мистер Этеридж, Mr. Almond – мистер Олмонд, Lewis – Льюис. Но бывает еще одна трудность: имя или название

стилизовано под язык, отличающийся от языка комикса. Например, комикс на английском, но в нем персонажи с японскими именами, поэтому если персонаж имеет отношение к Японии, то и имя нужно переводить как японское. Подобный перевод мы можем увидеть в комиксе («Naruto Side Story – The Path Shone By The Full Moon’s Light»): Mitsuki – Мицуки, Orochimaru – Орочимару, Sannin – Саннин, Naruto – Наруто.

Проводя исследование, можно выявить закономерность, что сами названия комиксов не переводятся, названия остаются такими же, как и в языке оригинала. В названии уже говорится о чем или о ком пойдет речь в комиксе, оно содержит главную смысловую нагрузку. Поэтому чтобы русские читатели воспринимали комикс так же, как его восприняли носители языка-оригинала, необходимо всего лишь подобрать нужные эквиваленты. Исследуемые мной комиксы переводятся следующим образом: «The Simpsons» - «Симпсоны», «Futurama» - «Футурама», «Garfield» - «Гарфилд», «Sin City» - «Город грехов», «Gen 13» - «Ген 13», «V for Vendetta» - « V значит Вендетта», «Age of Ultron» - «Эра Альтрона», «Naruto» - «Наруто». Это можно выделить как одну из особенностей комиксов.

В языке оригинала мы также можем увидеть элементы, которые не имеют грамматического соответствия в языке перевода, в нашем случае это наличие определенного и неопределенного артикля. Смысловая роль неопределенного артикля может быть отображена в подстановке таких слов «такой», «один» («Simpsons Comics № 206», 2013):

- You know, you just can’t stay mad at a guy who enjoys life so much! («Ну как можно долго злиться на такого жизнерадостного парня!»)

- And as a better newsman than me once said, “And that’s the way it is!” («И как однажды сказал один превосходящий меня коллега: «Такие вот дела!»)

Определенный артикль можно передать как «тот самый»:

- Get back here with the news van! («Вернись с этим фургоном!»)

- Are you still trying to get the kite down? («Ты все еще пытаешься снять этого змея?»)

2.3 Морфологический и синтаксический уровни

В комиксах преобладает разговорный стиль, который настолько приближен к реальности, что воспроизводит практически все звуки типичной речи подростков. Поэтому в комиксах, помимо звукоподражаний, встречается очень много частиц и междометий, которые также вызывают трудности при переводе («Gen 13 № 1», 1993): «Really?» («Правда?»), «Ha!Ha!Ha!» («Ха-ха-ха!»), «Oh no!» («Нет!»), «Whoa!» («Ой!»). Обычно в комиксах используют лексикализованные и индивидуальные междометия, которые переводятся с помощью эквивалентных соответствий, но выбор эквивалента осложняется омонимией междометий, которая встречается прежде всего среди эмоциональных междометий, поэтому необходимо привлечение контекста. Поэтому в конце комикса «Gen 13 № 1» «Whoa» переводится как «Ого!», «Oh Geez!» как «Черт!». Здесь необходимо отметить, что такое значение междометий и частиц напрямую зависит от самого контекста, так как в других контекстах мы можем увидеть другое значение. В комиксе «Simpsons Comics № 206» мы видим такой перевод: «Aw, nuts!» - «Вот черт!», «Hey!» - «Эй!», «Er, ah...» - «Эм, а...», «Gawsh!» - «Божечки!».

В комиксах практически каждая страница насыщена действиями. В сообщениях содержатся все главные идеи и мысли героев. Пространство для текста ограничено, поэтому нет возможности выражать более подробные мысли и подробно описывать действия. Поэтому предложения в комиксах короткие, лаконичные, часто обрывающиеся, неполные, поэтому важно сохранить предложения таковыми, какие они есть («Gen 13 № 1, 1993):

- At this hour? But what about school and my fam... («Сейчас? А как же учеба и сем...?»)
- So, anyone else want to teach me a lesson? Didn't think so. («Ну, еще кто-нибудь хочет преподать мне урок? Не думаю»)
- He...he's a demon! Run! («Он...демон! Бежим!»)

Часто вспомогательные глаголы отсутствуют. Очень много повелительных предложений с восклицательными и вопросительными знаками, риторические вопросы. Всё это объясняется высокой эмоциональностью диалогов, поэтому необходимо сохранять смысл, используя повелительное наклонение, безличные и обобщенно-личные предложения («Simpsons Comics № 206», 2013):

- Marge! The alarm clock won't turn off! («Мардж! Будильник не выключается!»)
- Simpson! This is the last straw! Clean yourself up and report to Mr. Burns' office! («Симпсон! Это было последней каплей! Отмойте себя и доложите в офис мистера Бёрнса!»)
- Mr. Smithers? Are you okay? Where's Mr. Burns? Did he...go to his final rewards? You know...down there? («Мистер Смитерс? Вы в порядке? Где мистер Бёрнс? Он...покинул нас? Ну типа...прямо тут?»)

Одной из стилистических особенностей комикса является сокращение общеупотребительных слов. Например, в комиксе «Simpsons Comics № 206»:

- I's makin' a slingshot out of my children. They's all rubbery cuz' a lack o' calcium due to their roadkill and moonshine diet! («Я состряпал рогатку из детей. Из-за нехватки кальция они гибкие как тростник! Спасибо лунной диете, да бродяжничеству!»)
- Brandine, I done said all my bye-byes to 'em before the contest, jest in case. («Брэндин, я уже в шутку попрощался с ними перед конкурсом.»)

И в комиксе «Futurama Comics № 1»:

- A little dabs'll do 'em...(«Это делается просто»)
- Whiles you're waitin', feel frees to browse around. («Пока вы ждете, можете свободно осмотреться вокруг»)
- Never had'em, never will! («Никогда не было и никогда не будет!»)

Эта особенность придает высказыванию большую экспрессивность, живость и оттенок разговорности. Следует отметить, что подобные сокращения могут использоваться носителями англоязычной культуры в

случае экономии времени. Но все же переводчику необходимо воссоздать форму оригинала посредством ПЯ, поэтому важно прежде изучить подобные сокращения.

Основная функция данного приема – создание эмоционального фона повествования и придание тексту реалистичности и динамичности.

2.4 Особенности перевода средств художественной выразительности

Так как комикс все же считается искусством литературным и графическим, для него характерно использование различных средств художественной выразительности. Очень часто используется ирония и сарказм, потому что юмористический оттенок присущ большому количеству комиксов, так как они созданы в развлекательных целях.

Нельзя сказать, что американский юмор обладает какими-то уникальными особенностями и особой спецификой. Структура и форма американских шуток не отличается от остальных в мире, так как она сформировалась под влиянием европейской и других культур. Появляются новые темы шуток, например о том, что неизвестно за границей. Но точно тоже самое и происходит в других странах. Чтобы переводить английский юмор, необходимо понимать иностранную культуру и менталитет, но также и ориентироваться на целевую аудиторию, что в нашем случае, русские читатели. В процессе перевода часто встает вопрос: либо передать содержание, пренебрегая формой, либо обратить внимание на форму, отойдя от содержания. Переводчику необходимо идентифицировать каким способом была создана определенная комическая ситуация, какие приемы были использованы, и на какую реакцию читателя рассчитан юмор и все же важно сохранить всю сущность. Перевод юмора подразумевает под собой облачение исходного материала в новую форму, которая в свою очередь воссоздает оригинал и вызывает ответную реакцию у читателей («Garfield», 21 июня, четверг, 2001):

- Step right this way, ladies and gentlemen, here we have one of nature's wonders – the bottomless pit! («А теперь посмотрите сюда! Вы видите одно из чудес света...бездонный желудок!»)

В данном примере был использован эквивалентный перевод юмора, который подразумевает под собой сохранение синтаксической и семантической структуры высказывания, определяемый смыслом и структурой данного высказывания.

Также перевод юмора может быть использована языковая игра, то есть обыгрываются различные языковые элементы при помощи аналогичных языковых явлений в ПЯ:

- Every year, your birthday is a gift! («День рождения – это подарок судьбы!»)
- Yeah, yeah, a gift with no exchanges of returns. («Подарочек...Я бы лучше взял деньгами!»)

Также в комиксах часто используются эпитеты. Эпитет как средство выразительности в тексте может выполнять две основных функции - конкретизировать описание, дополняя создаваемую воображением читателя картину новыми деталями, и усиливать эмоциональный эффект, создаваемый текстом. Эпитеты переводятся разными способами, в том числе и дословным способом, когда мы просто подбираем эквивалент в языке перевода («Simpsons Comics № 206», 2013):

- Who wants **freshly-baked** chocolate chip cookies? («Кто хочет свежих печенюшек с шоколадной крошкой?»)
- Ralph! Can you make these control panels as **sticky** as possible? («Ральф! Можешь сделать эти панели очень липкими?»)

Если дословный перевод невозможен, то подыскивается соответствие в языке перевода, либо уже образная конструкция передается другими средствами выразительности, зависящими от переводчика. Все это используется, чтобы не потерять смысл сказанного и сохранить образность («V for Vendetta № 1», 1988):

- You couldn't be expected to know. They have eradicated culture...tossed it away like a fistful of dead roses... («Откуда же вам знать. Они свели под корень всю культуру...вышвырнули ее, как букет увядших роз...»)
- In fact, I've got a nasty suspicion that who – ever did that did it with their fingers. («Есть у меня нехорошее чувство, что это сделано пальцами.»)
- You rescued me and brought me to this fantastic place, and it's so beautiful and it makes me feel so safe and... and... («Спасли и привели в это обалденное место, тут так прекрасно, и так спокойно, и... и...»)

Метафора является одним из важнейших средств выражения экспрессии при переводе и поэтому главной задачей переводчика – распознать смысл, который автор вложил в метафору и поэтому необходимо адаптировать оригинал с помощью лексико-стилистических трансформаций и также ориентироваться на целевую аудиторию («Simpsons Comics № 206», 2013):

- I always wanted to eat a batman! I call dibs on the wing bones! («Я всегда хотел съесть Бетмена! Готов отвалить немалые бабки за тушку крылатого!»)
- I'm gonna beaver it down! («Я прогрызу это дерево насквозь!»)
- I's makin' a slingshot out of my children. They's all rubbery cuz' a lack o' calcium due to their roadkill and moonshine diet! («Я состряпал рогатку из детей. Из-за нехватки кальция они гибкие как тростник! Спасибо лунной диете, да бродяжничеству!»)

Еще одна особенность, которую следует отметить – это перевод цитат, названий фильмов или песен. Важно передать их верно, не нарушая структуры. Обычно в подобных ситуациях уже существуют эквиваленты. Например, в комиксе «Simpsons Comics № 206» мы находим ссылку на слова американского телеведущего Уолтера Кронкайта, которыми он обычно оканчивал выпуск новостей:

- And as a better newsman than me once said, “And that's the way it is!” («И как однажды сказал один превосходящий меня коллега: «Такие вот дела!»)

В комиксе «V for Vendetta № 1» мы видим указание на песню знаменитой группы «Martha and the Vandellas» - «Dancing in the Street». Так как официального перевода у группы нет, то автор использовал прием транслитерации и перевел название группы как «Марта и Ванделлас», а к переводу песни подобрал соответствующий эквивалент «Танцую на улице». Также герой упоминает об американской звукозаписывающей компании Tamla Motown. Официальное название – Motown Records, но изучив информацию об этой компании можно найти, что компания известна как

Мотаун Рекордз, Тамла Мотаун или просто Мотаун. Поэтому в данном случае мы просто используем уже имеющийся перевод.

Выводы по главе 2

1. Лингвистический аспект очень многообразен и представляет собой определенный комплекс, состоящий из нескольких уровней, каждый который может исследоваться отдельно.

2. Основными особенностями перевода англоязычных комиксов были выявлены на следующих уровнях.

На графическом и фонетическом уровне:

Подчеркивание смысловых доминант является важным элементом комиксов, а именно выделение их жирным шрифтом, поэтому данные единицы необходимо оставлять эквивалентными. Наличие звукоподражаний характерно для комиксов, так как они показывают реальную жизнь, поэтому необходимо передавать действия такими, какие они есть. Поэтому чаще всего на данных уровнях используется такие приемы перевода как транслитерация, транскрибирование, калькирование.

На лексическом уровне:

В комиксе важно правильно подать информацию, рассчитывая на целевую аудиторию и жанр. И поэтому переводчик должен правильно передать, интерпретировать лексику, используемую в комиксе, будь то возвышенная лексика или сленговые выражения. Жаргонную, ненормативную и сленговую лексику лучше всего смягчать, делать более нейтральной.

На морфологическом и синтаксическом уровнях:

Эмоции героев передаются не только с помощью звукоподражаний, но и с помощью частиц, междометий и восклицательных предложений. Важно сохранять эмоциональность предложений, структуру и синтаксис – ведь это такая же речь как и в реальной жизни.

3. При переводе комиксов следует учитывать этические, психологические и личностные качества аудитории, а также специфику культуры для которой предназначен комикс.

4. Комикс относится к художественному жанру и поэтому для него является естественным использование различных средств выразительности. В большинстве случаев перевод художественных средств выразительности зависит от решения переводчика, потому что важно распознать смысл и верно адаптировать то или иное средство для русскоязычной аудитории.

Заключение

В ходе написания дипломной работы цели и задачи, поставленные перед нами были решены. В заключении проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

В процессе работы был рассмотрен креолизированный текст в качестве неотъемлемого компонента современной коммуникации.

Рассмотрев понятие креолизованного текста, мы видим, что комикс является типом данного текста. Форма, тип, способ построения и изображения отвечают заявленным критериям. Можно также отметить, что комикс является лингвосоциокультурным феноменом из-за необычной подачи текста, ярких оборотов, наличия различных специфических, нехарактерных для других жанров текста выражений.

Изучив историю развития комикса, видно, что комикс – это жанр, который появился уже очень давно, но все же до сих пор пользуется большой популярностью. Его популярность обуславливается красочностью, лаконичностью и тем, что комикс может быть доступен для любой целевой аудитории. Языковой спецификой комиксов является то, что любые звуки, эмоции, настроение героев возможно воплотить в графической форме и передать читателю более точно.

Главным достижением в литературной сфере у комиксов состоит не только в исключительности идей, но и в необходимости воплотить и интерпретировать все то, что в них вложил автор – через точный и понятный для всех язык. Использование теоретических основ позволило выявить особенности англоязычного комикса на многих уровнях: лексики, грамматики, синтаксиса и фонетики. Поэтому прежде чем переводить комиксы, переводчику необходимо прежде ознакомиться полностью со всем комиксом, понять его смысл и изучить особенности самого комикса.

В процессе перевода комиксов возможно использование разных переводческих методов, однако каждая конкретная ситуация требует особого

внимания и учета контекста и лингвистического окружения лексической единицы или группы лексических единиц. При переводе важную роль играет контекст, а также эрудиция переводчика, включая фоновые знания, которые помогают обеспечить понимание при общении.

Таким образом, изучения языка комикса открывает широкие перспективы во многих областях, связанных с языкознанием. Исследования развивающегося языка комиксов позволяют понять путь дальнейшего развития средств массовой информации, а также оценить тенденции развития мировой культуры в целом.

Библиографический список

1. Анисимова, Е.Е. О целостности и связности креолизованного текста // Филологические науки. – 1996. – №5.
2. Арнольд, И.В. Графические стилистические средства // Иностранные языки в школе [Текст]. – М., 1973, №3.
3. Артемова, Е.А. Специфика реализации текстовых категорий в политической карикатуре // Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. – Волгоград, 1999. – С. 34–39.
4. Бернацкая, А.А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние // Речевое общение: Специализированный вестник [Текст] / Краснояр. Гос. ун-т; Под редакцией А.П. Сковородникова. Вып. 3 (11). – Красноярск, 2000.
5. Валгина, Н.С. Теория текста [Текст]: учебное пособие. – М.: Изд-во МГУП «Мир книги», 1998 – 210 с. -3000 экз. – ISBN 5–7043–0965–8
6. Ворошилова, М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения. // Политическая лингвистика. – Вып. 20. – Екатеринбург, 2006. – С. 180 – 189.
7. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования [Текст]. – М.: Наука, 1981. – 139 с.
8. Герчук, Ю.Я. Художественные миры книги [Текст]/ Ю.В. Герчук. – М., 1989. – С. 76–81.
9. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию [Текст]. – М.: Прогресс, 1984. – 397 с.
10. Дмитриева, Н.А. Изображение и слово [Текст]/Н.А. Дмитриева. – М., 1962
11. Елина Е.А. Семиотика рекламы: Изд-во. «Дашков и Ко ISBN: 978-5-394-00254», 2009.
12. Корнилова Е.Е., Гордеев Ю.А. Слово и изображение в рекламе. - Воронеж: Издательство «Кварта», 2001.

13. Костенко, Г.Т. Стилистические функции графических средств в языке английской рекламы // Проблемы стилистического анализа текста. – Иркутск, 1979.
14. Методики преподавания английского [Текст]: информ.-аналит. журн. / ООО «Универсал Пресс» – 1993, июнь. – М.: Универсал Пресс, 1993.
15. Михалкович, В.И. Изобразительный язык средств массовой коммуникации. - М.: Наука, 1986.
16. Назайкин, А.Н. Эффективная реклама в прессе. Москва: Международный институт рекламы, 2001 г.
17. Назайкина, А.Н. Практика рекламного текста. Москва: Бератор - Пресс, 2003.- 316 с.
18. Сорокин, Ю.А. Креализованные тексты и их коммуникативная функция [Текст]/ Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. – М., 1990.
19. Харитонов, Е.В. «Девятое Искусство» [Текст] / (Историко-критический обзор фантастического комикса), 2004.
20. Якобсон, Р.О. Речевая коммуникация; Язык в отношении к другим системам коммуникации [Текст] // Избранные работы. – М.: Прогресс, 1985. – с. 306–330.
21. Ахманова, О.С., Задорнова В.Я. Лингвистические проблемы перевода М.: Академия, 2001. - 127 с.
22. Сорокин, Ю.А., Тарасов Е.Ф. Оптимизация речевого воздействия. М: 1990. - 320 с.
23. Головлева, Основы рекламы : учебное пособие для вузов по специальности 350700 "Реклама" / Е. Л. Головлева. – 2-е изд . – Ростов-на-Дону : Феникс, 2005 . – 314 с.
24. Особенности построения креолизированных текстов.
http://knowledge.allbest.ru/languages/3c0a65635a3ad79b5c53b88521216d27_1.html
25. Способы креолизации современного рекламного текста: автореф. ... кандидата филологических наук: 10.02.01 - Москва, 2010.- 24 с.

Список исследуемых комиксов:

1. «Simpsons Comics № 206»: Bongo Comics, 2013:
<http://comicsandmanga.ru/online-reading/comicsonline/simpsonscomics/simpsonscomics206/2>
<http://view-comic.com/simpsons-comics-206-2013/>
2. «Futurama Comics № 1»: Bongo Comics:
<http://readcomiconline.to/Comic/Futurama-Comics/Issue-1?id=23320&quality=#4>
<http://www.myfuturama.ru/comic.php?num=1>
3. «Garfield», 21 июня, четверг, 2001:
<https://garfield.com/comic/2001/06/21>
http://www.radionetplus.ru/izobrazhenija/zabavnye_foto/24386-garfild-komiksy.html
4. «Sin City: That Yellow Bastard № 1»: Dark Horse Comics, 2010:
<http://comicsgeek.ru/publ/89-1-0-139>
5. «Naruto Side Story – The Path Shone By The Full Moon’s Light»: Manga Stream, 2006:
<http://readms.com/r/naruto/Side%20Story/3368/4>
<http://www.jurnalu.ru/online-reading/manga/naruto/narutoxgaidenpaththatthewaxingmoon/2>
6. «V for Vendetta № 1»: DC, 1988:
<http://view-comic.com/v-for-vendetta-01-of-10-1988/>
<http://unicomics.ru/comics/online/v-for-vendetta-01/4>
7. «Age of Ultron № 1»: Marvel, 2013:
<http://view-comic.com/age-of-ultron-001-2013/>
<http://unicomics.ru/comics/online/age-of-ultron-01>
8. «Gen 13 № 1»: Image, 1993:
<http://view-comic.com/gen13-v1-001/>
<http://unicomics.ru/comics/online/gen-13-1/3>