

Міністерство освіти і науки України
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

На правах рукопису

МЕЛЬНИК АНАСТАСІЯ ПАВЛІВНА

УДК 81'25: 811.111

**ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ
СУЧАСНИХ АНІМАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ**

10.02.16 – перекладознавство

ДИСЕРТАЦІЯ
на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук

Науковий керівник –
кандидат філологічних наук, доцент
Іваницька Марія Лонгинівна

КИЇВ
2013

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ..... | 4 |
| ВСТУП | 5 |
| РОЗДІЛ 1. АНІМАЦІЙНИЙ КІНЕМАТОГРАФ У ДЗЕРКАЛІ ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА | 15 |
| 1.1 Аудіовізуальний переклад як предмет наукового дослідження..... | 15 |
| 1.2 Основні види кіноперекладу: особливості, характер трансформацій, перекладацькі виклики | 26 |
| 1.2.1 Дублювання | 28 |
| 1.2.2 Субтитрування | 39 |
| 1.2.3 Закадровий переклад | 49 |
| 1.2.4 Національна традиція та зіставний аналіз видів кіноперекладу.. | 52 |
| 1.3 Американська анімація як основне джерело аналізу сучасного кіноперекладу | 59 |
| 1.3.1 Загальна характеристика анімаційних фільмів: поняття, аудіовізуальні особливості, тенденції, класифікація. | 59 |
| 1.3.2 Специфіка цільової аудиторії | 62 |
| 1.3.3 Функції сучасної американської анімації..... | 66 |
| Висновки до розділу 1 | 68 |
| РОЗДІЛ 2. АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ ПЕРЕКЛАД АНІМАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ ЯК ПРАГМАТИЧНА АДАПТАЦІЯ ДО ЦІЛЬОВОЇ КУЛЬТУРИ | 72 |
| 2.1 Перекладач як посередник між двома лінгвокультурами: міжкультурна компетенція в кінематографі..... | 72 |
| 2.2 Культурно-специфічні елементи та їхнє відтворення в німецьких та українських перекладах анімаційного кіно | 81 |
| 2.2.1 Оніми – носії культурної специфіки | 85 |
| 2.2.2 Підходи перекладача анімаційних фільмів до відтворення реалій..... | 99 |

| | |
|---|-----------------|
| 2.2.3 Робота кіноперекладача з пісенно-поетичним матеріалом | 106 |
| 2.3 Стратегії одомашнення, очуження та нейтралізації при відтворенні культурної специфіки анімаційних фільмів | 109 |
| 2.4 Прагматична адаптація як макростратегія при перекладі анімаційного кіно | 119 |
| Висновки до розділу 2 | 134 |
| РОЗДІЛ 3. ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ПРОБЛЕМИ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ПЕРЕКЛАДУ | |
| Ошибка! | Закладка |
| не определена..... | 138 |
| 3.1 Специфіка діалогічного мовлення анімаційних персонажів..... | 138 |
| 3.1.1 Національна ментальність та її взаємозв'язок із мовою анімаційних фільмів..... | 138 |
| 3.1.2 Стилiстично маркована лексика: сленг як засіб посилення експресії у перекладі анімаційного кіно..... | 141 |
| 3.2 Англiомовні запозичення при перекладі сучасного кіно для дітей..... | 156 |
| 3.2.1 Доцільність використання запозиченої лексики в анімаційних фільмах: | 158 |
| 3.2.2 Лексико-семантичний та кількісний аналіз англiцизмів у перекладах анімаційних діалогів..... | 160 |
| 3.3 Стратегії скорочення тексту при перекладі анімаційних фільмів | 168 |
| Висновки до розділу 3 | 176 |
| ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ | 179 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 183 |
| ДОДАТКИ | 211 |

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

АВП – аудіовізуальний переклад

КП – кінопереклад

АФ – анімаційний фільм

КСЕ – культурно-специфічні елементи

ВСТУП

Дисертаційне дослідження “Лінгвокультурні особливості перекладу сучасних анімаційних фільмів” присвячено аналізу лексико-стилістичних та прагматичних особливостей перекладу американської анімації в лінгвокультурологічному аспекті.

Розвиток передових технологій і стирання кордонів між державами посприяли тому, що перекладені для кіно та телебачення фільми досягають сьогодні більшої за розміром цільової аудиторії, ніж будь-який інший вид перекладу. Ще змалку діти проявляють інтерес до яскравих живих картинок, що змінюються одна за одною на екрані. Тому не викликає здивування той факт, що сучасні анімаційні фільми (АФ) з кожним днем завойовують усе нових прихильників по всьому світу. Лідером із виробництва кінопродукції є Сполучені Штати Америки, тому на ринку кіноіндустрії переважають англomовні анімаційні фільми, які стають об’єктами перекладу іншими мовами.

Актуальність теми дослідження визначається теоретичними і практичними потребами українського суспільства та зумовлена необхідністю системно-цілісного дослідження особливостей перекладу кіно загалом та перекладу анімаційних фільмів як особливого виду кінематографу зокрема.

Метою дослідження є з’ясування особливостей перекладу сучасних анімаційних фільмів з урахуванням функцій, які вони виконують у певній лінгвокультурі та суспільстві.

Для досягнення поставленої мети визначено такі дослідницькі завдання:

1. виявити особливості аудіовізуального перекладу (АВП) як окремого виду перекладу, з’ясувати його відмінності від інших видів і встановити місце кіноперекладу (КП) в типології АВП;

2. проаналізувати диференційні ознаки КП, визначити його об'єкт та одиницю;
3. здійснити зіставний аналіз видів КП – дублювання, субтитрування й закадрового перекладу та розглянути їхні особливості;
4. визначити компетенції перекладача у сфері кіно відповідно до видів КП;
5. дати характеристику сучасному анімаційному кінематографу США крізь призму його функцій і відповідних перекладацьких стратегій;
6. з'ясувати роль культурного чинника при перекладі АФ шляхом здійснення лінгвокультурологічного аналізу матеріалу дослідження з виокремленням елементів, які є носіями культурно-специфічної інформації, та окреслити можливості відтворення культурної специфіки оригіналу в цільовій лінгвокультурі;
7. визначити роль прагматичної адаптації при перекладі АФ;
8. порівняти підходи українських і німецьких трансляторів до перекладу АФ щодо відтворення: а) культурно-специфічних елементів (КСЕ); б) експресивів; а також до використання лексики англо-американського походження в перекладах АФ.

Предметом дослідження виступають лінгвокультурні особливості сучасних анімаційних фільмів з точки зору їхньої ідентифікації та відтворення перекладачем їхньої специфічної функції та прагматичного потенціалу.

Об'єктом аналізу слугують переклади сучасних англомовних анімаційних фільмів українською та німецькою мовами.

Матеріалом дослідження стали американські анімаційні фільми “Cars”, “Madagascar 2”, “KungFu Panda”, “Rio”, “Shrek The Third”, “Surf’s Up!”, “Bolt” і 9-ий сезон анімаційного серіалу “The Simpsons” загальним обсягом 25 серій і їхні переклади українською та німецькою мовами.

Загальна тривалість оригінальних АФ становить 1215 хвилин, таким чином, загальний обсяг аналізованого матеріалу – 3645 хвилин.

Методологія дослідження має комплексний характер. Методологічною основою дисертаційного дослідження був *контрастивно-перекладознавчий* метод аналізу англомовних оригіналів анімаційних фільмів та їхніх перекладів українською та німецькою мовами із залученням елементів *лінгвокультурологічного та стилістичного аналізів*. Окрім того, у роботі використано: *описовий метод* – для формування теоретичної бази дослідження, *метод аналізу лексикографічних джерел та словникових дефініцій* – для порівняння лексикографічних експлікацій значень мовних одиниць, *дефінітивний метод* – для обґрунтування ключових понять дисертації, *метод індукції та дедукції* – для визначення напряму пошуку від накопичення мовного матеріалу до його систематизації, *метод кількісного аналізу* – для надання кількісних показників частоти використання аналізованих мовних одиниць (КСЕ, стилістично маркованої лексики, зокрема сленгу, англіцизмів) та відображення співвідношення використання стратегій відтворення культурної специфіки українськими та німецькими перекладачами АФ, *метод узагальнення* – для формулювання висновків наукового дослідження, а також *візуальний метод* – для наочного відображення результатів дослідження.

Відправними пунктами дисертаційного дослідження слугують теоретичні розробки О. Гессе-Квака [187], І. Фодора [164], Й.-Д. Мюллера [208], К. Вітмен-Лінсен [244], Т. Гербста [185], І. Гамб'є [168-173] та Г. Готліба [177-182], у яких здійснено всебічний аналіз особливостей аудіовізуального перекладу та сформульовано основні поняття кіноперекладу. Важливий внесок у вивчення відтворення культурної специфіки у фільмах зробив Д. Делабастіта [156-157].

Хоча кіноіндустрія переживає період свого розквіту, однак наявні вітчизняні студії, присвячені кіноперекладу мають фрагментарний характер

та перебувають на стадії розробки, а специфіка перекладу АФ до сьогодні лишається в перекладознавчій науці невисвітленою. При цьому останні роки характеризуються активізацією дослідження кіноперекладу молодими українськими науковцями, серед яких В. Конкульовський [48], Я. Кривонос [51], Т. Лукьянова [64-65], О. Мазур [67], Т. Малкович [68-69], Н. Розумеєнко [104], О. Федорченко [123], однак у їхніх наукових статтях знаходять висвітлення лише окремі аспекти означеної перекладацької проблеми. Причина того, що досі не було здійснено вичерпного дослідження кіноперекладу, може полягати в його міждисциплінарному характері. Адже ґрунтовне вивчення цієї сфери вимагає тісної співпраці між дослідниками у сферах перекладознавства, культуро- та мовознавства, соціології, психології, кіномистецтва.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в розробці наукових основ перекладу у сфері кіно загалом і перекладу АФ зокрема та базується на таких основних положеннях. *Уперше* в українській науці розкрито визначальні характеристики найбільш поширених на теренах України видів аудіовізуального перекладу та сформульовано основні вимоги до професійних компетенцій перекладача у сфері кіно; здійснено аналіз мовних особливостей перекладу сучасної анімації з огляду на культурний контекст та з'ясовано, завдяки чому перекладачі досягають необхідного прагматичного ефекту; висвітлено функції та специфіку цільової аудиторії сучасного американського анімаційного кіно, що стає вирішальним чинником при виборі перекладацьких стратегій; розкрито лексико-стилістичні особливості перекладу сучасних мультфільмів; виявлено основні КСЕ в тексті оригіналу, які потребують пошуку особливих перекладацьких рішень із огляду на наявність культурної асиметрії; здійснено порівняльний аналіз перекладів англomовних мультфільмів українською та німецькою мовами й виявлено відмінності між ними; побудовано модель відтворення культурної специфіки

оригіналу та доведено необхідність прагматичної адаптації перекладу анімаційних фільмів за наявності культурної асиметрії.

Теоретичне значення дисертації полягає у внескові до спеціальної теорії кіноперекладу завдяки аналізу лінгвокультурних і лексико-стилістичних особливостей перекладу сучасної анімації українською та німецькою мовами та в усуненні прогалини в українському перекладознавстві щодо вивчення АВП. Робота знайомить українську наукову спільноту з теоретичними основами АВП, розробленими західними науковцями. Результати власного дослідження дозволяють визначити основні принципи та підходи до відтворення в АФ елементів, типових для вихідної мови та культури, засобами іншої мови.

Практичну вагомість дослідження вбачаємо в застосуванні основних положень дослідження та розроблених теоретичних засад при викладанні курсів “Теорія перекладу”, “Жанрові особливості перекладу” та проведенні семінарів із практичного перекладу; зібраний та опрацьований матеріал може стати підставою для започаткування курсу “Кінопереклад”, при створенні відповідних навчальних програм і написанні курсу лекцій. Результати дослідження зацікавлять мовознавців лінгвокультурологічного й етнопсихолінгвістичного напрямків, а також перекладачів-практиків, які займаються перекладом фільмів для студій дубляжу. Окрім того, отримані результати набувають особливого значення при вихованні нової генерації перекладачів, які спеціалізуватимуться на кіноперекладі.

Апробація основних положень і результатів дисертаційного дослідження здійснювалася у формі доповідей на Всеукраїнських і Міжнародних наукових конференціях: на Всеукраїнській науковій конференції за участю молодих учених “Етнічні виміри універсуму: мова, література, культура” (14 квітня 2010 року, Інститут філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка), на Міжнародній науковій конференції “Мова як світ світів. Граматика і поетика текстових

структур” (18-19 листопада 2010 року, Інститут філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка), на V Міжнародній науково-практичній конференції “Мови і світ: дослідження та викладання” (24-25 березня 2011 року, Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка), на X міжнародній науково-практичній конференції “Проблеми зіставної семантики” (до 20-ї річниці незалежності України та 75-ї річниці від Дня народження засновника конференції професора Кочергана М. П.) (22-23 вересня 2011 року, Київський національний лінгвістичний університет), на Всеукраїнській науковій конференції за участю молодих учених “Людина і соціум у контексті проблем сучасної філологічної науки” (5 квітня 2012 року, Інститут філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка), на VI Міжнародній науковій конференції “Пріоритети германського і романського мовознавства” (14-16 вересня 2012 року, Волинський національний університет імені Лесі Українки), на XI Міжнародній науковій конференції “Семантика мови і тексту” (26-28 вересня 2012 року, Інститут філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника); у щомісячних науково-практичних семінарах, які проводилися на базі кафедри теорії і практики перекладу з німецької мови Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протягом 2009-2012 рр.).

Публікації. Зміст основних положень дисертаційного дослідження висвітлено у 10 наукових статтях, надрукованих у фахових виданнях України. Усі статті одноосібні.

Структура й обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів і висновків до них, загальних висновків, списку використаної літератури. Загальний обсяг дисертації – 223 сторінки, з них – 182 сторінки основного тексту. Список використаних джерел містить 262 позиції, з них – 8 джерел ілюстративного матеріалу.

У вступі обґрунтовуються вибір теми, її актуальність, формулюються мета і завдання дисертації, розкриваються об'єкт, предмет та методи дослідження, визначається наукова новизна, зазначається матеріал дослідження, висвітлюється теоретичне значення та практична цінність роботи, наводяться положення, винесені на захист, інформація стосовно апробації та публікації результатів дослідження, а також структури роботи.

У першому розділі “Анімаційний кінематограф у дзеркалі перекладознавства” висвітлюється поняття аудіовізуального перекладу, визначається місце кіноперекладу в типології АВП, окреслюються диференційні ознаки КП та визначається його одиниця, проводиться аналіз основних видів КП, таких як: дублювання, субтитрування та закадровий переклад, з'ясовуються переваги та недоліки кожного з них і їхнє функціонування в різних країнах, а також висуваються вимоги до перекладача у сфері перекладу фільмів та дається оцінка сучасного стану КП в Україні. Окрім того, визначаються аудіовізуальні особливості АФ, з'ясовуються специфіка цільової аудиторії сучасної американської анімації та функції останньої, які відіграють особливу роль при виборі стратегій перекладу.

У другому розділі “Аудіовізуальний переклад анімаційних фільмів як прагматична адаптація до цільової культури” визначається роль перекладача кіно як посередника між різними лінгвокультурами, аналізується застосування прагматичної адаптації при перекладі з огляду на забезпечення його адекватності, виявляються елементи, які є специфічними для певної культури, серед яких виокремлюються наступні класи: оніми (антропоніми, зооніми, топоніми, гідроніми, ідеоніми, ергоніми та хрононіми), реалії (одиниці міри та ваги, лексика на позначення страв і напоїв, транспорту), а також пісенний та поетичний матеріал. Окрім того, з'ясовуються перекладацькі стратегії для відтворення культурної специфіки анімаційних

фільмів та основні перекладацькі трансформації, які застосовуються в межах кожної з них.

Третій розділ “Лексико-стилістичні проблеми аудіовізуального перекладу” присвячено аналізу стилістично маркованої лексики в текстах анімаційних діалогів з огляду на менталітет глядачів, з’ясуванню значення сленгу як невід’ємної складової українських перекладів сучасної анімації, визначенню функцій та доцільності використання англіцизмів у перекладах американської анімації. У розділі також висвітлено основні способи скорочення тексту при перекладі іноземних фільмів.

У загальних висновках підсумовано результати дослідження.

У додатках подано короткий огляд матеріалу дослідження, який включає лінгвокультурний аналіз анімації, а також глосарій, у якому надано пояснення термінам, використаним у дисертаційному дослідженні.

На захист ми виносимо такі **положення**:

1. Кінопереклад як один із типів АВП має такі диференційні ознаки: а) наявність двох каналів сприйняття – зорового та слухового, які взаємодіють та доповнюють один одного; б) підпорядкування перекладу зображенню на екрані; в) відсутність в арсеналі перекладача можливостей тлумачення невідомих для нової цільової аудиторії понять; г) домінування принципу забезпечення прагматичного ефекту.

2. Об’єктом кіноперекладу вважаємо кінофільм як єдність вербального та візуального компонентів, оскільки наявність другого компонента безпосередньо впливає на вибір стратегій перекладу. Одиницею кіноперекладу визначаємо репліку, яку необхідно розглядати в межах діалогічної єдності, спираючись на прагматичний зміст мовленнєвого акту оригіналу.

3. Кожен вид кіноперекладу – дублювання, субтитрування, закадровий переклад – висуває специфічні вимоги до результату перекладацької діяльності: досягнення фонетичної синхронії при дублюванні, стислість

викладеної думки при субтитруванні та забезпечення часової відповідності при закадровому перекладі. Особливої ваги для кожного виду кіноперекладу набувають такі складові перекладацької компетенції: володіння технікою укладання реплік і технікою часового кодування.

4. Анімаційний фільм – це особливий вид кіно, при перекладі якого вибір стратегій зумовлюється: 1) специфікою цільової аудиторії, пов'язаною з подвійною орієнтацією – на дітей та їхніх батьків, що спричинило появу дорослого підтексту в діалогах анімаційних персонажів і наповнило тексти АФ різноплановим лінгвокультурним змістом; 2) функціями сучасної анімації з домінуванням розважальної над когнітивною та дидактичною; 3) наявністю різних кодів, які сприймаються як єдине ціле. З огляду на специфіку цільової аудиторії пропонуємо ввести для характеристики АФ поняття крос-анімація.

5. Вихід АФ за межі дитячої аудиторії посприяв розширенню значення візуально та вербально виражених КСЕ. За наявності культурної асиметрії переклад фільму потребує обов'язкового врахування культурно-специфічної інформації та застосування прагматичної адаптації як макростратегії перекладу, яка реалізується в АФ за допомогою а) одомашнення – заміни культурного маркера оригіналу культурним маркером аудиторії перекладу; б) нейтралізації – шляхом описового перекладу, узагальнення, елімінації КСЕ; в) зниження реєстру чужості – завдяки заміні невідомого для культури-приймача КСЕ оригіналу на більш відомий для цільової аудиторії маркер чужої культури. Переклад анімаційного кіно відносимо до адаптивного типу.

6. При відтворенні КСЕ оригіналу українські перекладачі АФ керуються стратегією одомашнення американського культурного контексту на 70% частіше, ніж німецькі. Стратегія одомашнення в українських перекладах реалізується шляхом заміни КСЕ оригіналу елементом української культури чи побуту та шляхом підвищення експресивності висловлювання за

допомогою використання просторічної лексики, сленгу, емоційно маркованих одиниць. Поєднання стратегій одомашнення та нейтралізації в українських перекладах покладено в основу реалізації макростратегії перекладу АФ – прагматичної адаптації.

7. Німецькі транслятори при перекладі АФ надають повну перевагу стратегії очуження, звертаючись до неї на 50% частіше, ніж українські перекладачі. При цьому характер очуження в українських та німецьких перекладах значною мірою відрізняється: українські транслятори зберігають відомі КСЕ, що вважаємо умовним очуженням; німецький переклад характеризується перенесенням відомих і невідомих для цільової культури КСЕ оригіналу. Поєднання останніх із великою кількістю англіцизмів створює ефект максимального очуження.

8. Перекладені українською мовою анімаційні діалоги зазнають значного скорочення – до 15% обсягу, інформативні втрати здебільшого компенсуються завдяки відеоряду, конденсація тексту дозволяє приділити увагу інтонаційному оформленню діалогів, що сприяє підвищенню емоційності мовлення і відповідає рисам українського менталітету. Німецькі перекладачі зберігають інформативне наповнення АФ, що призводить до збільшення довжини реплік, підвищення темпу мовлення, втрати експресивності висловлювання та в деяких випадках – до несприйняття дитячою аудиторією змісту повідомлення.

РОЗДІЛ 1

АНІМАЦІЙНИЙ КІНЕМАТОГРАФ У ДЗЕРКАЛІ ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

1.1 Аудіовізуальний переклад як предмет наукового дослідження

Популярність кіно та телебачення нерозривно пов'язана з необхідністю здійснення перекладу аудіовізуальних програм (у першу чергу, фільмів, телесеріалів, мультфільмів, документальних телепередач) у всіх без винятку країнах. Однак, оскільки процес перекладу аудіовізуальної продукції виходить за межі традиційного перекладу, то й загальна характеристика цього процесу повинна виходити з його специфіки, а метод перекладу, як зазначає К. Райс, повинен відповідати типу тексту [101]. Якщо у класичному розумінні перекладу йде мова про лінійні тексти, то до початкового поняття тексту при перекладі фільмів необхідно додати нові, немовні елементи.

Дослідниця зробила важливий внесок у визначенні категорії текстів з аудіовізуальними характеристиками, запропонувавши у 1971 році концепцію “аудіомедіального” типу тексту. Основою класифікації К. Райс стали запропоновані К. Бюллером типи функцій мови: орієнтованість на зміст, форму, звернення. Залежно від того, яка з наведених функцій переважає, дослідниця виділяє інформативний, експресивний та оперативний типи текстів у аспекті перекладу. Четвертим типом тексту К. Райс називає саме аудіомедіальний, який може підпорядковуватися всім трьом функціям тексту та залежно від технічного засобу та немовних форм вираження може бути графічним, акустичним та оптичним. “Мова йде про тексти, зафіксовані в письмовій формі, які, однак, потрапляють до адресата через немовне середовище в усній формі (проговорюючись або проспівуючись), що сприймається ним на слух, причому екстралінгвістичні допоміжні засоби різною мірою сприяють реалізації змішаної літературної форми” [101].

Пізніше поняття “аудіомедіальний” було замінено на “мультимедіальний” [222, с. 211].

Ми, своєю чергою, відносимо кіно до аудіовізуального типу тексту. Як влучно зазначає Н. Шубенко, “системна організація аудіовізуального образу характеризується співвідношенням його складових – відеоряду, музики, шумових ефектів, вербального ряду” [135, с. 146], наголошуючи на тому, що присутність відеоряду (візуальної складової) є константою в аудіовізуальному тексті. Однак формування цілісного аудіовізуального образу можливе тільки в разі взаємодії відеоряду з аудіальною складовою [135, с. 146]. Відповідно до цього структуру аудіовізуального тексту можна відобразити таким чином (Рис. 1.1):



Рис. 1.1 Структура аудіовізуального тексту

Г. Герциміш-Арбогаст у своїй статті щодо “Багатовимірного перекладу” зазначає, що розвиток нових технологій вимагає дати визначення новому поняттю у перекладознавстві, яке має багатовимірний характер форм перекладу, що характеризуються зміною комунікативного засобу за формою, змістом, структурою та модальністю. На думку вченого, класичні одновимірні завдання перекладу розростаються до “багатовимірних комунікативних сценаріїв з мультилінгвальними, мультимедійними, мультимодальними та полісеміотичними аспектами”, які знову ж таки

вимагають наявності “надзвичайно складних міждисциплінарних здібностей у мовній та технічній сфері” [176, с. 23]. Поняття “багатовимірний переклад” враховує ці особливості, і йому можна дати визначення як “перекладу, при якому оригінал, уміщений в одному комунікативному засобі (1), переноситься іншим засобом (2) або декількома іншими засобами в іншу знакову систему (2) або декілька знакових систем” [176, с. 25]. На основі цього Г. Герциміш-Арбогаст проводить різницю між одно-, дво- та багатовимірним перекладом. Якщо транслят (кінцевий продукт перекладу) виступає через один засіб та одну знакову систему, то мова йде про одновимірний переклад (наприклад, традиційний інтерлінгвальний переклад у письмовій формі). Якщо ж використовується інший комунікативний засіб при одночасному збереженні знакової системи, як у випадку з перенесенням усних діалогів у фільмі в написаний текст, говоримо про двовимірний переклад. А коли відбувається зміна комунікативного засобу, часто пов’язана зі зміною знакової системи, то йдеться про багатовимірний переклад [176, с. 25].

На нашу думку, досягненням у вивченні даної сфери перекладу стане згода щодо родової назви, яка визначатиме характер різних способів перекладу, коли оригіналом є текст, який передається за допомогою аудіоканалу (переклад радіопрограм), аудіо- та візуального каналів (кінотеатральний та телевізійний переклад) або письмового, аудіо- та візуального каналів (мультимедійний переклад). Неусталеність родової назви цієї сфери перекладу простежується у працях різних дослідників, серед яких найчастіше зустрічаються наступні: переклад фільмів [230], переклад фільмів та телевізійний переклад [156], екранний переклад [203], мультимедійний [173], а також аудіовізуальний переклад [143; 158; 161; 169; 200; 218; 229].

Ми надаємо перевагу термінові “аудіовізуальний переклад” як родовому поняттю, оскільки “екранний”, “телевізійний переклад”, “кінопереклад” залишає поза увагою велику кількість сфер, де АВП знайшов

своє застосування, а термін “мультимедійний переклад” часто сприймається як поняття зі сфери ІТ. Тому ієрархічні відношення у межах АВП, на нашу думку, повинні лягти в основу класифікації типів АВП залежно від його об’єкту та виглядати таким чином (Рис. 1.2):

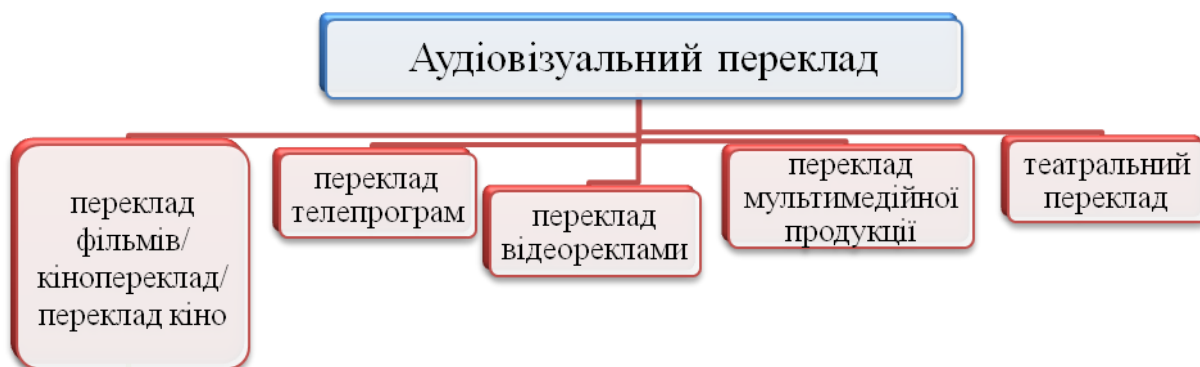


Рис. 1.2 – Типологія АВП

Спільними для перекладу фільмів, телепрограм, відеореклами, мультимедійної продукції та перекладу театральних постановок з огляду на переклад є такі характеристики:

- 1) *передача змісту через два канали* (слуховий та зоровий) і різні види кодів (зображення у русі, нерухоме зображення, текст, діалог, музика, шум тощо), причому скоординовано, синхронно;
- 2) *незмінність зображення*, що передбачає *підпорядковування перекладу останньому*, адже слова та звуки повинні відповідати візуальному ряду;
- 3) *залучення до процесу перекладу цілої команди*: перекладач, редактори, режисери, актори, що спричиняє появу низки редакційних трансформацій тексту перекладу;
- 4) *технічна складова АВП*, що відіграє важливу роль у формуванні результату роботи перекладача.

Як бачимо, переклад фільмів займає особливе місце у типології АВП та залежно від дистриб’ютора (або замовника та місця первинного перегляду)

його можна поділити на кінотеатральний (на замовлення відповідної кінокомпанії оригіналу для перегляду в кінотеатрах) та телевізійний (на замовлення телеканалу для трансляції по телебаченню). При цьому види КП відрізняються: якщо для кінотеатрального перекладу використовується переважно дублювання, то для перекладу телевізійної продукції – як дублювання, так і закадровий переклад і субтитрування.

Основною відмінністю кожного з названих типів АВП є об'єкт перекладу, яким у КП є фільм як нерозривна єдність вербальної, невербальної та екстралінгвістичної інформації, що передається за допомогою декількох семіотичних систем. Тому ми не називаємо об'єктом перекладу кіносценарій або титри до фільму, адже переклад останніх розрахований лише на врахування та відтворення вербальної складової на основі написаного тексту. Проте часто саме візуальний ряд нашої трансляції фільму на прийняття адекватних перекладацьких рішень та дозволяє компенсувати певні інформативні втрати, зумовлені специфікою сфери перекладу – вимогою забезпечити відповідність зображення та звуку та врахуванням обмежень у просторі та часі.

З лінгвістичної точки зору у даному контексті потребують розмежування поняття “кінотекст” та “кінодискурс”. Російські науковці Г. Слишкін та М. Єфремова кінотекстом називають “нероздільне, цілісне та завершене повідомлення, виражене за допомогою вербальних (лінгвістичних) та невербальних (іконічних та/ або індексальних) знаків, організоване ... через залучення кінематографічних кодів, і зафіксоване на матеріальному носії, з головним призначенням – відтворення на екрані” [109, с. 32]. При цьому лінгвістичну систему утворюють письмовий (титри, написи) та усний (мовлення акторів, голос за кадром, пісні) компоненти [109, с. 17-18]. Якщо кінофільм охоплює весь комплекс вербальних та невербальних компонентів, то кінотекст, як зазначає В. Конкульовський, зосереджується на мові і

розглядає елементи мовлення: інтонацію, паузи тощо як другорядні” [48, с. 264].

Для потрактування кінодискурсу спинимося на дефініціях, даних С. Назмутдіною та А. Зарецькою. Перша дослідниця вважає кінодискурсом семіотично ускладнений, динамічний процес взаємодії автора та кінореципієнта, який відбувається в міжмовному та міжкультурному просторі за допомогою засобів кіномови, яка має наступні властивості: синтаксичність, вербально-візуальна цілісність елементів, інтертекстуальність, множинність відправника, контекстуальність значення, іконічна точність, синтетичність [84, с. 11]. Кінодискурс, на думку А. Зарецької, є зв’язним текстом – вербальним компонентом фільму – у сукупності з невербальними компонентами – аудіовізуальним рядом цього фільму та іншими, важливими для смислової завершеності екстралінгвістичними чинниками. Дослідниця також виділяє властивості кінодискурсу: аудіовізуальність, інтертекстуальність, креолізованість, цілісність, здатність до поділу, модальність, інформативність, проспекція та ретроспекція, прагматична орієнтованість [36, с. 8]. Як бачимо, кінодискурс є ширшим поняттям, ніж кінотекст, дискурс включає в себе також інтерпретацію фільму глядачем та закладений творцями фільму зміст. При цьому, як зауважує М. Самкова, “складовими кінотексту можуть бути тільки вузькі екстралінгвістичні чинники (чинники комунікативної ситуації), тоді як у структуру кінодискурсу включаються й широкі екстралінгвістичні чинники (чинники культурно-ідеологічного середовища, у якому проходить комунікація)” [106, с. 137].

Кінотекст, таким чином, можна вважати фрагментом кінодискурсу, а кінодискурс – цілісним текстом або сукупністю текстів, об’єднаних за певною ознакою: наприклад, за жанровою ознакою можна виокремити комедійний чи мелодраматичний кінодискурс; за видом кінематографу – анімаційний кінодискурс.

До сьогодні дискусійним лишається питання про визначення одиниці перекладу – транслятému загалом, тому однозначної відповіді на питання про одиницю кіноперекладу також немає. Оскільки вербальний компонент кінофільму утворює переважно діалогічне мовлення, а репліка вважається основною одиницею діалогу, то транслятému при перекладі діалогічного мовлення слід визначити саме репліку. При цьому формування діалогу з декількох реплік дозволяє вести мову про діалогічну єдність як одиницю перекладу, яка складається з тісно пов'язаних між собою репліки-стимулу і репліки-реакції, що базуються на принципі ввічливості й кооперації та складають одну відносно повну одиницю [17, с. 143]. Як стверджує А. Галас, який досліджує особливості відтворення драматичного діалогу в перекладі, “не зважаючи на те, скільки реплік складають діалогічну єдність, важко визначити значення одиниці, менше репліки. При розгляді діалогічної єдності як одиниці перекладу можна забезпечити правильну передачу значення оригіналу. Одиниця, менша діалогічної єдності, не може цього забезпечити, а одиницею, більшою діалогічної єдності, важко оперувати” [17, с. 143].

Схожої думки до визначення транслятému при перекладі діалогу дотримується В. Герман, називаючи при цьому одиницею перекладу мовленнєву подію як складну єдність висловлювань, якими обмінюються в певному контексті; при цьому мовленнєва подія відповідає всім функціональним вимогам одиниці перекладу, допомагаючи транслятору правильно зрозуміти значення слів, сприяючи в побудові перекладу, пов'язуючи репліки семантично та структурно [186, с. 3].

Звертаючись безпосередньо до перекладу кінокомедій, В. Конкульовський називає одиницею перекладу мовленнєвий акт: “Мовленнєві акти в кінокомедіях – це сюжетоформуючі ситуації фільму, повороти сюжетної лінії, мікроситауації, які мають свій початок і своє логічне завершення... До складу мовленнєвого акту входять мовленнєва

ситуація та той фрагмент дійсності, якого стосується його зміст” [48, с. 265]. При цьому мовленнєвий акт завжди є цілеспрямованою мовленнєвою дією, яку необхідно розглядати в межах прагматичної ситуації. Тобто основними чинниками успішності мовленнєвого акту є інтенція відправника повідомлення та його комунікативна ціль.

Підсумувавши погляди різних науковців на визначення одиниці перекладу, транслятеною у КП вважатимемо репліку як найменший носій значення, яку, однак, необхідно розглядати в межах діалогічної єдності, спираючись на прагматичний зміст мовленнєвого акту оригіналу, який перекладач кіно повинен донести до цільової глядацької аудиторії.

Як бачимо, АВП – це особливий вид перекладу з різноманітними обмеженнями. Його не можна віднести лише до усного, або лише письмового перекладів, адже, наприклад, кінопереклад та театральний переклад передбачає відтворення цільовою мовою усних діалогів оригіналу, яке фіксується перекладачем в письмовій формі та відтворюється акторами в усній формі (як при дублюванні, супроводі голосом за кадром, перекладі сценічних постановок) або у вигляді написаного внизу екрану тексту (як при субтитруванні). При перекладі кінодіалогу транслятор повинен проговорювати текст різними голосами, аби мовлення кожного персонажу було виразним та повноголосим, і в цьому не останнім чином полягає схожість між перекладом драматичних текстів і фільмів: “авторська позиція у драмі виявляється не стільки через пряме авторське мовлення, скільки через висловлювання персонажів, саме тому особливого значення у драматичному творі набуває мовна індивідуалізація” [88, с. 28].

Порівнюючи КП з перекладом художнього твору, дослідники відзначають, що перекладачі фільмів стикаються “зі складними, навіть нерозв’язними, проблемами, які перекладач книги вирішив би шляхом довгого пояснювального перекладу, виноски під текстом або ж просто ігноруючи проблему у випадку з неперекладним жартом, грою слів або

подвійним значенням, пов'язаним із вимовою” [191, с. 107]. При цьому спільною рисою між АВП та художнім перекладом є необхідність ураховувати екстралінгвістичні чинники, з якими стикається перекладач, однак до АВП порівняно з перекладом художніх творів не ставляться категоричні вимоги до відтворення форми тексту, яка при перекладі художнього твору складає його художню цінність.

Незважаючи на бурхливий розвиток АВП як практичної сфери діяльності, він лишається малодослідженою сферою у науці. Повільний старт наукових досліджень АВП припадає на 50-60-ті роки (при цьому лише в Америці та Європі), помітне поживлення у вивченні даної сфери діяльності почало спостерігатися у світі лише наприкінці ХХ століття, а на вітчизняному просторі взагалі лише декілька років тому.

Перші розвідки, що присвячувалися АВП, були короткими та розпорошеними у багатьох публікаціях, які виходили як у спеціалізованих журналах у галузі кіно чи перекладу, так і в звичайних газетах і тижневиках. Статті та рукописи поширювалися лише серед професіоналів і вчених, не досягаючи при цьому загальної аудиторії. Таке розосередження дослідницького матеріалу ускладнювало науковцям бібліографічний пошук на початку становлення дисципліни; часто дослідники проводили свою роботу не знаючи, чого вже досягли їхні колеги у даній галузі. Першою публікацією у сфері перекладу кіно, з якою зміг познайомитися широкий загал, стала книга “Le sous-titrage de films: sa technique, son ”, датована 1957 роком та присвячена субтитруванню із вичерпним оглядом його техніки. Період 60-70-их років характеризується млявістю у дослідженні субтитрування, хоча, з іншого боку, з'явилася незначна кількість статей із дублювання: проблеми перекладу кіно висвітлювалися в журналі “Babel” [148; 149]. Більшість робіт, написаних у даний період [187; 209; 220], були сфокусовані на зображенні фігури перекладача у сфері АВП, висвітленні

різних етапів перекладу та з'ясуванні відмінностей між субтитруванням та дублюванням.

У 1987 році за сприяння Європейського союзу радіомовлення (European Broadcasting Union) у Стокгольмі проведено першу Конференцію із субтитрування та дублювання [158, с. 2], яка стала своєрідним пусковим механізмом у зростанні зацікавлення до АВП, що матеріалізувалося в опублікуванні нових книг та статей у даній сфері перекладу [192; 200].

Д. Делабастіта [156; 157] – один із перших учених, які намагалися охопити семіотичну природу аудіовізуальних творів із численними знаками та каналами, які використовуються для відтворення інформації у фільмі. Д. Делабастіта фокусував свою увагу на культурному вимірі АВП, що було співзвучним із новим напрямком теорії та практики перекладу, який отримав назву “культурний переворот”. Разом із тим учений не нехтував аналізом самого процесу перекладу.

“Золотим віком” АВП стали 90-ті роки минулого століття [160, с. 3]. Він став об'єктом численних систематичних досліджень в освітньому, науковому та професійному вимірах, що посприяло публікації колективних збірників (як наприклад, під редакцією І. Гамб'є [168; 171; 171]) та наукових розвідок Г. Готліба [177-182].

Що стосується російського мовознавства, то здійснено лише окремі лінгвістичні дослідження кінодискурсу: Ю. Лотман досліджував фільм з точки зору семіотики, отожднюючи кадр зі словом та перетворюючи його на основний носій значення кіномови [62-63]; так само в рамках семіотики дали визначення поняттю “кінотекст” російські науковці Ю. Цив'ян [126], Г. Слишкін [109], М. Єфремова [33], О. Іванова [39]. Поняття кінодискурсу висвітлено у дисертаційному дослідженні А. Зарецької [36]. К. Ігнатов [40], у свою чергу, намагався виявити мовні трансформації, які відбуваються на шляху перетворення тексту художнього твору на кінотекст. Проте кінопереклад не ставав об'єктом аналізу у працях названих дослідників.

Перекладу фільмів, однак, відводиться центральне місце у дослідженнях М. Снеткової [110], яка висвітлює лінгвостилістичний аспект перекладу кіно, І. Федорової [121-122], яка розглядає переклад кінотексту як культурний трансфер, С. Назмутдінової [84], яка на матеріалі кінодискурсу розглядає гармонію як перекладацьку категорію. Методичний аспект викладання кіноперекладу досліджує Р. Матасов [71].

Українське перекладознавство лише починає звертати увагу на проблему перекладу фільмів, що відображається у наявних наукових публікаціях: Т. Малкович [68-69] досліджує особливості укладання реплік при перекладі художніх кінофільмів українською мовою; Н. Розумеєнко [104] характеризує особливості АВП і його види; В. Конкульовський [48] намагається визначити основні поняття кіноперекладу та встановлює одиницю перекладу кінокомедій; Я. Кривонос [51] висвітлює нормативні проблеми українського перекладу американського кіно; А. Кулікова та Т. Наумкіна розглядають особливості використання прийому опущення при закадровому перекладі художніх фільмів [55]; Т. Лукьянова [64-65] розглядає кінофільм як об'єкт перекладу та визначає стилістичні особливості перекладу субтитрів, а О. Полякова робить спробу визначити одиницю ліпсінк-перекладу як процесу перекладу у міжмовному дублюванні [95]. Названі роботи свідчать про зацікавлення молодих українських науковців у вивченні АВП. Сподіваємося, що в найближчому майбутньому результати цих досліджень повинні лягти в основу теоретичного та практичного курсу з кіноперекладу, якого бракує у спеціалізованих вищих навчальних закладах України.

Тематика здійснених наукових досліджень КП свідчить про аналіз перекладу фільмів загалом без розрізнення за жанрами чи видами кінематографу, а саме вони впливають на вибір стратегій перекладу. У даному контексті можна згадати ім'я О. Федорченко [123], яка аналізує особливості перекладу кінофільмів різних жанрів крізь призму

перекладацьких стратегій. Особливості дискурсу англомовної анімаційної комедії, у свою чергу, знайшли висвітлення у дисертаційному дослідженні М. Юрковської [136]. Окрім того, анімаційний фільм як особливий вид кінематографу з особливою аудиторією та функціями розглядався О. Мазуром та Є. Кузнецовим [67], які висвітлюють питання відтворення комізму культурних явищ в англо-українському перекладі анімаційного серіалу “Сімпсони” та на основі класифікації культурних явищ розглядають типові перекладацькі трансформації, використані при їх відтворенні.

Таким чином, як у світі, так і в Україні стан дослідження АВП кардинально змінився, набувши великої ваги, не в останню чергу завдяки молодим ученим, які спрямовують свій науковий інтерес на дослідження перекладу аудіовізуальних типів текстів. Тому формування теоретичної бази та практичних рекомендацій щодо способів та стратегій, які застосовуються при перекладі аудіовізуальної продукції, та виховання нової генерації перекладачів – спеціалістів у сфері АВП, є справою часу.

1.2 Основні види кіноперекладу: особливості, характер трансформацій, перекладацькі виклики

Протягом ХХ століття технічні можливості обробки зображення та звуку надзвичайно змінилися: починаючи від німого кіно та завершуючи інтра- та інтерлінгвальними субтитрами. Становлення звукового кіно у 30-х роках минулого століття супроводжувалося паралельною зйомкою багатомовних версій одного фільму за участю різних акторів, що, з одного боку, зумовлювало значні фінансові витрати, а з іншого – не відповідало запитам глядачів, які мали своїх зірок та улюбленців і хотіли бачити їх на екранах. Нерідко “дешеві копії кіноакторів” не відповідали вимогам якісної акторської гри, що ставило під сумнів мистецьку цінність перекладеного фільму.

Рішення даної проблеми було знайдено завдяки технічному прогресові: по-перше, винайдено перші способи фіксації субтитрів на фільмокопії; по-друге, запроваджений у США метод дублювання вже у 1936 році з'явився на території Європи [200, с. 31].

Учені, які присвятили свої наукові праці аналізу перекладу фільмів, використовують поряд такі терміни, як методи [152; 162; 174], способи [233] перекладу кіно, аудіовізуальні форми перекладу [210], а також види [104] або типи АВП [233; 236], маючи на увазі одні й ті самі поняття та доволі часто оперуючи багатьма термінами в одному дослідженні [236]. Для уникнення розбіжностей у термінології в межах даного дослідження у ході аналізу дублювання, закадрового перекладу та субтитрування ми зупинимося на використанні терміну “види кіноперекладу”.

Існує головний критерій для виділення основних видів КП: що відбувається при відтворенні усних діалогів фільму-оригіналу іншою мовою – або усний матеріал лишається усним, як і в оригіналі, або ж перетворюється на письмовий. Якщо перевага надається першій опції, то оригінальна звукова доріжка замінюється новою – уже мовою перекладу. У цьому випадку ми маємо справу з озвучуванням. Така заміна може бути повною, як при дублюванні, тоді реципієнт не буде чути тексту мовою оригіналу; або частковою, як у випадку із “голосом за кадром”, при якому на задньому плані прослуховуються діалоги вихідною мовою. Якщо усний матеріал під час перекладу кіно трансформується у письмовий, мова йде про субтитрування.

Аудіовізуальні тексти використовують два коди – зображення та звук. “Тоді як література та поезія викликають асоціації, фільми зображають та правдиво відтворюють своєрідну реальність, яка базується на специфічних зображеннях, поєднаних режисером в єдине ціле” [160, с. 9]. Тому субтитрування, а також дублювання та голос за кадром, повинні враховувати умовності щодо синхронності відтворення зображення та звуку (усні діалоги

та субтитри не повинні заперечувати те, що персонажі роблять на екрані), а також часу (тобто передача перекладеного повідомлення повинна збігатися з розмовою в оригіналі).

Відповідно до ст. 3 Закону України “Про кінематографію” дублюванням фільму називається “творча і виробнича діяльність, яка полягає у синхронному відтворенні мовної частини звукового ряду фільму іншою мовою шляхом перекладу, що відповідає складовій артикуляції дійових осіб”; субтитрування фільму, своєю чергою, – це “творча і виробнича діяльність, яка полягає в здійсненні перекладу з мови оригіналу фільму на іншу мову та фіксуванні цього перекладу написами безпосередньо на фільмокопії”, а озвучуванням вважається “творча і виробнича діяльність, яка полягає в заміні звукового ряду фільму на інший, несинхронний, який передає зміст мовного ряду фільму” [35]. Звичайно, такі документи не дають наукового визначення поняття, опускають деякі важливі для перекладу аспекти та, на нашу думку, у випадку з останньою дефініцією взагалі помилково використовують назву “озвучування”, коли у тлумаченні мова йде про закадровий переклад. Тому розглянемо види КП та їхні дефініції детальніше.

1.2.1 Дублювання. Під дублюванням ми розуміємо особливий вид КП, який передбачає заміну оригінальної звукової доріжки перекладом, озвученим акторами, з урахуванням часової та словесної відповідності, а також артикуляційних рухів оригіналу.

До проблеми дублювання фільмів у межах теорії перекладу опосередковано зверталися німецькі вчені Г. Геніг та П. Кусмауль, однак дублювання як особливий вид КП не відіграло в їхніх розвідках центральної ролі. Велике значення у дослідженні дублювання передусім мають наукові праці О. Гессе-Квака („Der Übertragungsprozeß bei der

Synchronisation von Filmen“, 1967), І. Фодора („Film Dubbing“, 1976), Г. Тепзер-Цірепт („Theorie und Praxis der Filmsynchronisation“, 1978), Й.-Д. Мюллера („Die Übertragung fremdsprachigen Filmmaterials ins Deutsche“, 1982), К. Вітмен-Лінсен („Through the Dubbing Glass“, 1992) та Т. Гербста („Linguistische Aspekte der Synchronisation von Fernsehserien“, 1994). Що ж стосується України, то питання дублювання кінострічок висвітлювалося переважно журналістами, а центральне місце проблемам дублюванню фільмів з точки зору перекладознавства відводиться лише у наукових статтях Т. Малковича („Теорія фонетичних кластерів як необхідна складова процесу укладання реплік у кіноперекладі”) та А. Кулікової („Прийоми перекладу власних назв при дублюванні мультфільмів”).

Основна функція дублювання полягає в тому, щоб зробити іншомовний кіноматеріал зрозумілим, разом зі “створенням ілюзії, що персонажі на екрані спілкуються рідною для аудиторії мовою” [200, с. 73]. Це зовсім не означає, що глядачі не знають того, що вони переглядають іноземний фільм, при вдалому дублюванні вони просто не повинні цього усвідомлювати. У зв’язку з цим дублювання вважається видом КП, який передбачає найбільші модифікації тексту оригіналу і, таким чином, робить його зрозумілішим для аудиторії завдяки використанню стратегії доместикації – одомашнення. Як вважає Л. Венуті, доместикація – це природна тенденція перекладу, що полягає в плавному, ідіоматичному та прозорому відтворенні, яке стирає іноземні характеристики оригіналу та підлаштовується до потреб і цінностей цільової культури [237, с. 4]. Дублювання в цьому сенсі можна вважати також “претензією на верховенство національної мови та її беззаперечну політичну, економічну та культурну потужність у межах національних кордонів” [155, с. 612].

Це вид перекладу, при якому перекладені діалоги “підлаштовуються під рухи та міміку акторів фільму” [162, с. 9]. Серед інших видів КП саме дублювання найбільше видозмінює структуру оригіналу. Тому критики

піддають сумніву його автентичність: дублювання набагато менше відповідає оригіналові, аніж, наприклад, субтитрування, ще й тому, що “оригінальне виконання замінюється додаванням іншого голосу” [206, с. 80]. Однак при цьому, очевидно, критики не беруть до уваги масштабів скорочень, які відбуваються при субтитруванні та призводять до значних інформативних втрат.

Під час створення дубльованих версій визначальним чинником є специфічний зв'язок між звуком та зображенням, тому слід наголосити на таких вимогах: візуальні дані є фіксованими, їх змінити не можна. Звідси випливає, що звук дубльованої версії необхідно так підганяти під зображення, щоб виникала ілюзія, нібито у почутому йде мова про те, що персонажі дійсно говорять на екрані. Для цього “зображення та звук ... повинні з'являтися одночасно” та “розгортатися з однаковою швидкістю” [141, с. 158]. Тому, розглядаючи поняття дублювання, слід звернутися також до визначення поняття “синхронізації”. У літературі, яка стосується дублювання, синхронізації даються різні дефініції.

Дж.-М. Люйкен називає синхронізацією “заміну реплік оригіналу звуковою доріжкою, яка є правильним перекладом реплік оригіналу, і яка намагається відтворити таймінг, фразування і рухи губ акторів у оригіналі” [200, с. 73].

К. Вітмен-Лінсен використовує термін “синхронізація” як збірне поняття для загальних вимог при дублюванні та поєднує під ним, наприклад, також чинники, які мають певне значення при перекладі, як наприклад, якість голосу, акценти та діалекти [244, с. 19].

І. Фодор розрізняє три типи “синхронізації”, які слід зберегти при вдалому дублюванні. У випадку, якщо досягнуто єдності між артикуляційними рухами, які ми бачили, та звуками, які ми чули, результатом є “фонетична синхронізація”. Гармонія між звуком (тембр, сила, темп і т.д.) акустичного (дубльованого) втілення та зовнішнім виглядом,

жестикуляцією та ходом актора чи акторки говорить про “синхронізацію характерів”. Відповідність нової версії тексту та дій рухливої картини оригіналу є “змістовою синхронізацією” [164, с. 10].

Т. Гербст, на відміну від І. Фодора та К. Вітмен-Лінсен, використовує поняття “синхронізація” у дуже вузькому, технічному розумінні та позначає під ним “часову відповідність мовних елементів (звука, слова чи речення) до зображень фільму” [185, с. 221]. Під синхронізацією Т. Гербст має на увазі лише синхронність руху губами та синхронність жестикуляції.

Різні рівні синхронізації, незалежно від того, наскільки широко розуміється означене поняття, не можна розглядати як відділені один від одного аспекти: “Вони перетинаються, збігаються та чинять взаємний вплив один на одного” [244, с. 53]. Те, якому типу синхронізації надати перевагу, можна вирішити лише в кожному окремому випадку. Однак синхронізацію на всіх рівнях не слід вважати недосяжним явищем.

Таким чином, від самого перекладача вимагається забезпечення не лише змістової, а й фонетичної синхронізації, яку також можна вважати акустичною синхронією – тобто відповідністю побачених рухів губами та почутих звуків. Зазвичай розрізняють чотири типи акустичної синхронії:

1) “Ізохронія” [208, с. 115] або “кількісна акустична синхронія” [178, с. 33]: синхронний звук повинен починатися та припинятися у момент, коли персонажі на екрані рухають губами.

2) “Акустична синхронія щодо швидкості мовлення”: для того, щоб забезпечити кількісну акустичну синхронію, часто необхідно підвищувати або уповільнювати темп мовлення [185, с. 35].

3) “Якісна акустична синхронія” або “фонетична синхронія”: Принаймні при деяких звуках слід брати до уваги приблизну відповідність рухів губами. До звуків, які в ході дублювання можуть створити проблеми, належать так звані лабіальні, тобто губні,

приголосні. Серед голосних звуків це найчастіше відкриті, округлені голосні, які можна розпізнати за рухами губами [164, с. 24-27].

4) “*Артикуляційна синхронія щодо гучності звуку та артикуляційної чіткості*” [185, с. 32]: при акцентованому та гучному мовленні очікуються чітко виражені рухи губами.

Однак те, що було раніше “абсолютною догмою” [208, с. 24], сьогодні теоретики та практики одноголосно заперечують: значення синхронності акустичних рухів порівняно з іншими чинниками, як наприклад, природність діалогів, у минулому було надто переоціненим. Абсолютна відповідність побачених та почутих звуків більше не вважається необхідністю.

Рівень досконалості при застосуванні різних типів синхронізації залежить від норм кожної цільової культури, очікувань глядачів, традицій використання певного типу синхронізації та аудіовізуального жанру. Наприклад, існує помітна різниця у синхронізації анімаційного кіно, телесеріалів та фільмів.

У мультфільмах хоч і знаходиться місце для синхронізації, коли персонажів показують на великому екрані, однак при цьому вимоги до синхронії є мінімальними. Оскільки помітно, що анімаційні герої насправді не розмовляють, а швидше рухають губами, точна фонетична адаптація вже не є необхідністю за винятком тих випадків, коли мова йде про крупний план або деталізований кадр, у якому помітно, що персонаж вимовляє, наприклад, відкритий голосний звук.

Окрім того, цільова аудиторія є не менш важливим чинником в аналізі синхронізації, яка має місце в цьому виді кінематографу. Діти не звертають особливої уваги на ізохронію та якісну акустичну синхронію, тоді як кінетична синхронія для наймолодших глядачів, навпаки, є важливою: герої мультфільмів характеризуються гіперболізованою жестикуляцією, що дозволяє втримати увагу дітей. Така жестикуляція повинна супроводжуватися відповідним перекладом.

Зовсім інші вимоги до синхронізації ставляться при перекладі фільмів, причому так само спостерігаються певні відмінності у перекладі для широких екранів і для телебачення. Якщо кіноіндустрія вимагає бездоганної синхронізації на всіх рівнях, то телевізійні компанії не настільки категоричні у цьому питанні.

Технічний момент синхронізації кінодіалогів полягає у застосуванні технології укладання реплік або так званому “ліпсінгу”, до якого в анімації вперше звернувся М. Фляйшер у 1926 році. Він підвів записану раніше звукову доріжку під створеного анімаційного героя у мультфільмі “My Old Kentucky Home”. Запровадження технології укладання сприяє тому, що глядачі не усвідомлюють, що перед ними – переклад. Завдяки укладанню реплік у синхрон шляхом поєднання образів у русі, роботи оператора та правдоподібних діалогів створюється те, що К. Метц називає “враженням дійсності” [207, с. 3-15]. Саме цей технічний момент є причиною того, що в українських перекладах часто нівелюється кличний відмінок: додаткова літера наприкінці імені не “вкладається” в уста героя.

Явище укладання реплік у художньому кінофільмі як перекладознавчу проблему досліджує молодий український науковець Т. Малкович, який розробив теорію фонетичних кластерів. Суть останньої полягає в тому, що “для спрощення процедури відтворення губних змикань, або для розширення “набору” потенційних еквівалентів, які б збігалися з їхніми позначеннями в мові оригіналу, перекладач/ адаптувальник може поділяти фразу в оригіналі не на слова, а на “кластери” [69, с. 278]. За допомогою такого розподілу під час вимовляння кількох слів мовою оригіналу можна відтворити губні змикання вихідного тексту, використавши кілька співзвучних слів або лише одне слово мовою перекладу. Кластером може бути частина слова, ціле слово, кілька слів, або, навіть речення, які фонетично збігаються у мові оригіналу та перекладу. “Фонетичними відповідностями можуть бути збіги голосних/ приголосних звуків (візем, якщо йдеться про візуальні губні

змикання ..., однаковість складів між кластерами та інші ... збіги” [69, с. 278]. Різниця між звичайними словами/ словосполученнями/ реченнями та кластерами полягає передусім у тому, що для виокремлення кластерів семантичний збіг поміж ними не має значення, важливим є фонетичний збіг. “Семантичний збіг виникає вже у фразі, складеній з кількох різних за значенням, але фонетично спільних кластерів” [69, с. 278].

Однак забезпечення відповідності між тим, що справжні актори говорять і як вони рухають губами, та дубльованими голосами, які чинять вплив на аудиторію переважно на підсвідомому рівні, є справою не лише перекладачів. Із розвитком сучасних технологій став можливим метод цифрової зміни оригінальних рухів губами для пристосування їх до перекладених діалогів. Незначне втручання у зображення у процесі адаптування рухів кіногероїв до дубльованих версій принесло позитивні результати та змогло, зрештою, вирішити проблему помітних недоліків несинхронності руху губами, особливо на великих планах [194].

Більше того, наявність голосів акторів оригіналу на окремих треках, що стало можливим лише завдяки найновішим технічним досягненням, дає змогу зберегти звуки на задньому плані оригіналу, а також музику та спецефекти, а отже, забезпечує гармонійне поєднання з новими дубльованими голосами. З одного боку, це поліпшує якість дубльованих фільмів, однак, з іншого боку, таким чином ще більше зростає втручання у фільм-оригінал.

Незважаючи на науковий прогрес у сфері технологій, процес створення дубльованої версії фільму не можна повністю доручити “машинам”. А тому за перекладачем зберігається ключова роль у цьому складному процесі. На відміну від перекладу, наприклад, художнього твору, процедура дублювання повинна охоплювати наступні етапи:

1. Робота перекладача повинна починатися з перегляду фільму мовою оригіналу для отримання транслятором цілісної картини подій, що

відбуваються на екрані. Лише після цього перекладач може переходити до власне перекладу вербального компоненту, зафіксованого у письмовій формі, з обов'язковим урахуванням аудіовізуального ряду. Уже на даному етапі перекладач повинен відтворити прагматичний потенціал оригіналу.

Проте нерідко трансляторам доводиться працювати за іншою схемою: робота перекладача (особливо на телеканалах) часто обмежується тим, що йому, як правило, не надається фільм, тому транслятор змушений працювати лише на основі сценаріїв. Це означає, що усне мовлення слід відтворювати на основі написаного тексту. Інтонія, міміка та жести, які можуть бути вирішальними для інтерпретації висловлювання, також часто є недоступними для перекладачів: сценарії здебільшого містять лише деякі поради в цьому напрямку. Наскільки складно перекладачеві уявити певну сцену, описує Г. Крегер: “Власне перекладацька діяльність повинна здійснюватись без картинки, і таким чином, без найбільш важливого носія інформації про хід дії, а також про вік та особисті характеристики дійових осіб, часовий та просторовий контекст і заглиблення в атмосферу; перекладач може часто лише здогадуватися про це. А тому я назвав би результат не так підрядковим перекладом, як перекладом “наосліп”” [197, с. 611]. Якщо початковий етап дублювання зводиться до перекладу оригінального кіносценарію порядково, результатом стає дослівний переклад, який не відповідає принципам адекватності та сприймається як тимчасовий. Негативне ставлення до використання лише кіносценаріїв для перекладу фільмів посилює той факт, що “перекладачі не завжди мають сценарії, які відповідають дійсному звучанню у фільмі” [208, с. 114]. Часто продюсери фільмів надають тексти, у яких не беруться до уваги зміни діалогів під час зйомки. Очевидним є той факт, що лише так звані “post production scripts” (тобто сценарії з усіма змінами, що відбулися в ході знімального процесу) [144, с. 17] і сам оригінальний фільм з оригінальною звуковою доріжкою та відеорядом є надійною основою для дублювання.

2. На другому етапі для дотримання вимог синхронного руху губами та інших аспектів кіноперекладу перекладений текст адаптується – однак не з перекладацької, а з технічної точки зору. Відредагований на даному етапі текст прийнято називати синхронним. Якщо перекладач не володіє технікою укладання реплік у синхрон (що ми вважаємо вкрай негативним явищем), до роботи приступає автор синхронного тексту або режисер з діалогів. Його завдання полягає в тому, щоб прослідкувати, аби переклад вдало вкладався в артикуляцію персонажа; якщо ж переклад не відповідає вимогам синхронізації автор синхронного тексту підбирає аналоги словам або цілим реплікам. Саме під час ліпсінгу і виникають найбільші технічні труднощі: по-перше, довжина рядка повинна збігатися з реплікою героя; а по-друге, при цьому необхідно враховувати відкритість і закритість складів.

3. Завершальним моментом у формуванні остаточного варіанту перекладу є робота у студії дубляжу, під час якої синхронний текст удосконалюється шляхом внесення змін до нього режисером дубляжу. Останній є особливо важливою особою в процесі звукозапису. Саме до режисера дубляжу, який визначає потрібні голоси, звертаються представники компаній-замовників – так звані “супервайзери”.

Підбір голосів – один із найважливіших етапів у ході дублювання, адже голос повинен відображати характер героя й відповідати тембру іноземного актора, який грає цього героя. Деякі західні зірки, переймаючись своїм іміджем у всьому світі, особисто затверджують голоси, які матимуть “їхні” герої за кордоном. Персонажі більшості україномовних іноземних фільмів, які виходять у широкий прокат, говорять “відомими акторськими голосами” Б. Ступки, О. Ступки, О. Вертинського, О. Сумської. До дублювання також запрошуються представники української шоу-бізнесової спільноти: О. Скрипка, Фоззі, Фагот, DJ Паша, Еріка, В. Зеленський. Якість дублювання для широких екранів українських кінотеатрів визнано однією з найкращих у Європі. Однак разом зі значним прогресом у сфері українського дублювання

для кінопрокату, усе-таки існують негативні явища, про які говорить О. Сумська: “Зараз, на жаль, з’явилася тенденція, коли часто економлять і залучають акторів-початківців, які працюють, так би мовити, напівпрофесійно. Від цього страждає перш за все глядач, у якого може виникнути хибне враження про якість українського дубляжу. Також негативному сприйняттю часом сприяє штучне подання української мови. Потрібно спуститися на землю і впроваджувати в кіно нормальну, живу мову. Не суржик, звичайно, але і не граматику початку минулого століття” [93].

Режисер дубляжу також підбирає перекладача. Український фахівець у цій сфері І. Марченко, наприклад, називає себе “посередником між оригіналом і адаптованою версією”, адже саме від нього залежить, наскільки чітко буде сформульовано завдання акторові. Говорячи про дублювання фільмів українською мовою, режисер зазначає: “Ми робимо стовідсоткове пристосування, ураховуючи українську ментальність і наш гумор” [93].

За словами О. Чернілевської, редактора відділу дубляжу телевізійного каналу “1+1”, перекладач витрачає близько тижня на один фільм, редактор – день-два (спершу проглядає фільм разом із текстом, потім редагує), а режисерська робота – це фактично режим запису, вона не потребує підготовчого періоду. 90-хвилинний фільм зазвичай записується за 2-2,5 години [6]. Лише після цього перекладений текст повертають виробникові на затвердження.

Слід наголосити на тому, що як при виконанні перекладу та підготовці синхронного тексту, так і при здійсненні дубляжу на студії звукозапису, текст фактично не перекладається як єдність, що може спричинити нівелювання важливих чинників, таких, як акцент, культурний фон, прагматична орієнтація на глядача тощо.

Розподіл роботи між створенням власне перекладу та складанням синхронних діалогів часто зводиться до переконання, що в даному разі мова

йде про два абсолютно різні вміння. Сьогодні поширеною є думка, що від “звичайних” перекладачів не слід очікувати того, що вони у змозі бути авторами синхронних текстів. З іншого боку, від режисерів дубляжу не можна вимагати того, щоб вони володіли багатьма іноземними мовами на такому рівні, щоб змогли самостійно перекладати фільми.

Однак такий розподіл чинить негативний вплив на переклад, особливо, якщо мета підрядкового перекладу кіносценарію (а не фільму як єдності) полягає в тому, щоб автор синхронного тексту (чи редактор – на телебаченні) та режисер дубляжу знали, про що йде мова у фільмі. Тобто, “підрядкові” перекладачі знаходяться у винятковій ситуації: вони знають, що перекладений ними текст не є остаточним варіантом. Окрім того, що це негативно впливає на перекладацьку гідність, такі перекладачі не прагнуть до досконалості, виходячи з того, що текст усе одно зазнає суттєвих змін.

Тому погана якість багатьох дубльованих текстів зумовлюється наступними чинниками:

- багатоетапний спосіб обробки тексту, при якому текст не перекладається як єдність,
- переконання перекладача в тому, що підрядковий переклад може ні до чого не зобов’язувати та бути тимчасовим, однак при обробці підрядкового перекладу командою з дубляжу текст може практично не зазнавати істотних змін;
- внесення часто непотрібних правок у текст перекладу в процесі звукозапису, коли вирішальною є думка режисерів дубляжу, зіркових акторів, а не перекладачів.

Такий виклад перекладацького процесу в ході дублювання відображає значення, яке надається проблемі перекладу. Якщо розподіл роботи між перекладачами та творцями тексту для звукозапису зводиться здебільшого до того, що підготовка синхронного тексту вважається спеціальним умінням, якого не можна очікувати від перекладачів, статус перекладача фільмів є

дуже низьким. Відповідно до цього порівняно з роботою режисерів дубляжу такий переклад не може розраховувати на значну фінансову винагороду. Говорячи мовою цифр, Г. Граф наводить такі дані: близько 10% загальних витрат на дублювання фільму припадає на переклад: і лише незначну частину цієї суми отримують перекладачі, тоді коли лєвова частка гонорару відходить режисеру дубляжу [183, с. 18].

Наступною ознакою більш низького престижу діяльності перекладача у процесі дублювання є також той факт, що перекладачі, на відміну від авторів синхронного тексту та режисерів дубляжу, можуть не називатися у титрах до фільму (з чим нам довелося мати справу при перегляді німецькомовних версій АФ, тому імена перекладачів невідомі). Загалом підрядковий переклад часто виконується непрофесійними перекладачами, а людьми зі знанням іноземної мови, які бажують отримати додатковий заробіток. За практикою довіряти переклад фільмів непрофесійним перекладачам приховується поширене неусвідомлення складності виконання перекладу. Аналіз процесу перекладу у ході дублювання кіно підтверджує думку М. Снел-Горнбі про те, що “й у століття перекладу має місце абсолютна відсутність уявлення про його суть” [231, с. 10].

1.2.2 Субтитрування. Субтитром К. Гурт та Б. Відлер називають “скорочений переклад діалогу у фільмі, який можна побачити синхронно з відповідною частиною оригіналу на екрані телевізора та в кінотеатрі” [190, с. 261]. Дж.-М. Люйкен доповнює цю дефініцію: “Субтитри – це стисло викладені написані переклади діалогів з мови оригіналу, які з’являються як текстові рядки, зазвичай розміщені у нижній частині екрану. Субтитри з’являються та зникають, збігаючись у часі з відповідною частиною діалогу оригіналу, та майже завжди додаються до зображення на екрані пізніше, у результаті проведення роботи з поствиробництва” [200, с. 31]. Окрім того,

автор субтитрів передає у них не лише усний діалог, а й текст, який з'являється на зображенні та є важливим для розуміння глядача, наприклад, текст на плакатах, вивісках, висвітлені газетні заголовки, графіті тощо [191, с. 97].

Субтитрування як вид КП часто асоціюється з поняттям форенізації, або іноземності, очуження: мова йде про підхід до перекладу, якому властиве підкреслення іноземної ідентичності тексту оригіналу, що призводить до відсування цільової аудиторії на задній план [104, с. 121]. Відчуття іншої мови та культури значною мірою досягається завдяки тому, що оригінальний звукозапис зберігається. Це метод, використання якого підкреслює, що перекладений текст не претендує на звання оригіналу.

З огляду на специфіку субтитрування, необхідно згадати запропонований Р. Якобсоном у 1959 році розподіл текстів і їхніх перекладів на три типи:

- “Інтралінгвальний переклад чи переформулювання – відтворення вербальних знаків засобами інших знаків у межах однієї мови.
- Інтерлінгвальний переклад або власне переклад – відтворення вербальних знаків засобами іншої мови.
- Інтерсеміотичний переклад або трансформація – відтворення вербальних знаків за допомогою невербальної знакової системи” [193, с. 233].

При включенні субтитрування до цієї схеми розподілу на типи перекладів існують різні можливості для його розгляду. З одного боку, субтитрування можна вважати інтралінгвальним перекладом, якщо мова йде про особливий випадок субтитрування для осіб із вадами слуху або субтитрування як допоміжний засіб у вивченні іноземних мов. В обох випадках на екрані з'являються субтитри тією ж мовою, якою відбувається спілкування в діалогах. Окрім того, субтитрування можна розглядати як інтерлінгвальний переклад, якщо відбувається зміна національної мови.

Субтитрування – це також інтерсеміотичний переклад, оскільки так само відбувається зміна знакової системи – з усної мови на письмову.

Г. Готліб також вважає субтитрування інтерсеміотичним перекладом, і на основі цього дає йому наступне визначення: “Субтитрування полягає в передачі іншою мовою усного повідомлення у сфері кіно у формі одного чи декількох рядків написаного тексту, представленого на екрані синхронно з оригінальним повідомленням” [182, с. 14].

Для Г. Готліба субтитрування – “унікальний тип перекладу” [182, с. 15]. Для того, щоб порівняти його з іншими типами перекладу, наприклад, із дублюванням або літературним перекладом, Г. Готліб додатково визначає субтитрування як “підготоване спілкування з використанням письмової мови, що діє як додатковий та синхронний семіотичний канал і є частиною змінного та полісеміотичного тексту” [182, с.15].

Окрім того, серед типів перекладу учений вирізняє “горизонтальний”, “вертикальний” та “діагональний” [182, с. 16]. Літературний і синхронний переклад учений вважає горизонтальним: “перетворюючись на прями рядки з однієї мови іншою, без зміни форми мови: мовлення залишається мовленням, а письмо – письмом” [182, с.16]. На думку Г. Готліба, не відбувається зміни знакової системи, адже сказане чи написане слово хоча й передається іншою мовою, однак все одно є сказаним або написаним. На відміну від цього, він вважає субтитрування вертикальним або діагональним: “Будучи інтралінгвальним, вертикальне субтитрування обмежує себе, замінюючи усне мовлення на письмо, тоді як діагональне субтитрування, будучи інтерлінгвальним, “переходить” з усного мовлення оригіналу до письмової форми мовою перекладу” [182, с.16].

Таким чином, до вертикальних субтитрів можна включити субтитрування для осіб із вадами слуху, а до діагональних – субтитрування діалогів з мови оригіналу іншою національною мовою. Горизонтальний

переклад Г. Готліб визначає також як “одновимірний”, тоді коли діагональне субтитрування є “двовимірним” [181, с. 104].

З’ясуємо специфіку субтитрування, звернувшись до характерних ознак субтитрів. Три основні особливості субтитрів полягають у:

1) *відповідності зображення, звуку та мови* (передача перекладеного повідомлення повинна збігатися з розмовою в оригіналі; субтитри не повинні заперечувати те, що персонажі роблять на екрані);

2) *зміні усної мови на письмову*, у зв’язку з чим автори субтитрів “удаються до опускання лексичних одиниць оригіналу” [160, с. 9];

3) *часових і просторових обмеженнях*, зумовлених сферою використання – кіно: оскільки розміри реального екрану обмежені, то перекладений текст слід обов’язково підганяти під його ширину; при цьому першочергове значення надається читабельності субтитрів.

У даному контексті Р. Нір говорить про “потрійне перетворення” (“triple adaption”), що відбувається при субтитруванні:

- із однієї мови на іншу;
- із усних діалогів на написаний текст;
- із повного тексту на скорочене формулювання [188, с. 91].

Необхідно також зауважити, що діалог у фільмі не можна ототожнювати з живою мовою, яку ми чуємо, наприклад, в інтерв’ю у прямому ефірі, спонтанних заявах мовця, ведучого чи бачимо в жестах у ток-шоу, оскільки кіногерої спілкуються у штучно створених ситуаціях [188, с. 269]. Також і К. Гіндерер констатує той факт, що написані діалоги не відповідають спонтанному мовленню: “Навіть діалоги у фільмах, які видаються за повсякденне мовлення, детермінуються основними структурами, які мають більшу схожість з тими, що лежать в основі письма” [188, с. 269].

Що ж стосується лексики та синтаксичних структур, у випадку субтитрування вищим законом вважається принцип спрощення, щоб зробити

субтитри наскільки це можливо зрозумілими та читабельними [191, с. 88]. Адже читачу відводиться зовсім мало часу на те, щоб прочитати субтитр, тому що він, окрім написаного тексту, повинен “прочитати” візуальну та обробити акустичну інформацію. Спрощений вокабуляр та спрощені синтаксичні структури потребують менше часу на сприйняття. Спрощення до того ж зумовлюється часовими та просторовими обмеженнями. При цьому граматично неправильні конструкції та помилки в оригіналі не повинні з’являтися в субтитрах, оскільки написаний текст вважається більш “авторитетним”, аніж сказане слово [191, с. 106], вони також додатково заплутують читача та заважають у ході читання [191, с. 108].

Особливі труднощі при перетворенні усної мови на письмову виникають при відтворенні у субтитрах діалектів, соціолектів та ідіолектів. На противагу до літературної мови, останні характеризуються ненормативною лексикою та порушеннями в граматиці, а також у більшості випадків ще й особливою вимовою та специфічним наголосом. Вони варіюються залежно від географічного походження та соціальної належності та з плином часу швидко змінюються. Через це знайти еквіваленти у мові перекладу неможливо [160, с. 191]. Таку безеквівалентну лексику при субтитруванні зазвичай опускають. Слід зазначити, що стилістично забарвлена лексика зниженого регістру у письмовій формі звучить більш грубо. З цієї причини, на думку більшості перекладознавців, у письмовій формі їх потрібно додатково пом’якшувати [175, с. 190]. Однак усе-таки відповідно до сьогоденних тенденцій у субтитрах використовується все більше лайливої лексики, що пояснюється зміною канонів у суспільстві.

На практиці рядок субтитру повинен складатися з не більше, ніж тридцяти п’яти знаків. Оскільки закриватися може лише нижня частина екрану, до уваги беруться лише дворядкові субтитри. Об’єм тексту на одну репліку субтитрів, таким чином, обмежується сімдесятьма знаками. Така незначна величина зумовлюється тим, що субтитр повинен закривати

якомога менше візуальної інформації та займати не більше 20% зображення на екрані [175, с. 188]. З точки зору граматики, кожен рядок та кожен субтитр повинні утворювати смислові одиниці. Тобто логічно, семантично та граматично тісно пов'язані між собою слова в ідеальному випадку повинні знаходитися в одному рядку. При субтитруванні золотим вважається правило, коли субтитр умикається на початку висловлювання та зникає при закінченні фрази [160, с. 88]. Максимальна тривалість висвітлювання становить шість секунд. Такий час витрачає середньостатистичний глядач на прочитання дворядкового субтитру із 60-70-ма знаками („six-second rule“), [160, с. 95]. Не можна, однак, забувати про те, що тривалість висвітлювання субтитру повинна також залежати й від вікової структури публіки та рівня її освіти.

Наступною вирішальною ознакою субтитрів є їхній полісеміотичний зовнішній вигляд. Оскільки те, що “у романі виражається моносеміотично, у фільмі потребує чотирьох різних способів відтворення: діалог, музика та ефекти, зображення та, незначною мірою, напис” [182, с. 14].

Семантичне значення, представлене у книзі в чисто письмовій формі, необхідно виразити невербальним чином. На відміну від “ізосеміотичного” перекладу, при якому використовують один і той самий канал або одні й ті ж канали, Г. Готліб говорить про “діасеміотичний” [178, с. 245] переклад, при якому аудіовізуальна інформація перетворюється на написаний текст і при якому слід брати до уваги декілька комунікативних каналів:

- вербальний аудіоканал (діалоги, голоси на задньому плані, тексти пісень);
- невербальний аудіоканал (музика, шумові ефекти);
- вербально-візуальний канал (літери на екрані);
- невербальний візуальний канал (потік зображень) [177, с. 89].

Якщо розглядати семіотичні зв'язки у зображенні фільму, то його створено з декількох взаємодіючих, семіотично відмінних рівнів, причому

діалог у фільмі є окремим рівнем. Таким чином, субтитр стає “частиною аудіовізуальної цілісної композиції” [188, с. 268].

У зв'язку з наведеними особливостями серед теоретиків перекладу виникла дискусія стосовно того, чи взагалі можна говорити про “переклад” у випадку із субтитруванням, оскільки мова йде “швидше про тип адаптації, ніж про переклад” [160, с. 9]. Так, для Дж. Кетфорда переклад між різними комунікативними засобами є “неможливим”: перетворення усного комунікативного засобу на письмовий та навпаки є звичайною роботою для навчених людей; однак це не переклад, оскільки тут не йдеться про заміну одних одиниць іншими, які є еквівалентними до перших [151, с. 53].

Д. Делабастіта мотивує таке ставлення до даного виду КП наступним фактом: субтитрування висуває свої вимоги щодо компресії тексту. У багатьох випадках такі вимоги займають вищу позицію в ієрархії пріоритетів перекладача, ніж, наприклад, увага до синтаксису, стилю чи лексики. Тому субтитрування називають швидше формою “адаптації”, ніж “власне перекладом”, та виключають його зі сфери перекладознавчих досліджень [157, с. 99].

Для вирішення питання про те, чи при субтитруванні мова йде про адаптацію чи про переклад, французький дослідник І. Гамб'є [170, с. 5] вводить поняття “традаптація” („tradaptation“ = translation+adaptation) та тлумачить поняття аудіовізуального перекладу наступним чином: “Це селективний переклад із застосуванням засобів адаптації, переформулювання. Це переклад, або ж адаптаційний переклад (традаптація), який включає ряд технік (пояснення, скорочення, перефразування тощо) та дій на зразок вичитування та редагування [170, с. 5]. Незважаючи на значне зменшення довжини діалогів, обумовлене, власне, самою природою субтитрування, більшість утрат компенсується шляхом прослуховування та перегляду оригіналу.

На нашу думку, субтитрування необхідно вважати перекладом, хоча й достатньо особливим: часто він не відповідає усталеним принципам адекватності та не забезпечує еквівалентності на деяких рівнях. Однак сьогодні переклад необхідно розглядати з більш гнучкої, неоднозначної та менш консервативної позиції, а також визнавати постійні зміни у природі практичної діяльності перекладача. “Обмеження у просторі та часі, специфіка заміщення усної мови письмовою, наявність зображення та наявність вихідного тексту – це лише деякі виклики, з якими повинні стикатися автори субтитрів, однак усі види перекладу ставлять виклики, а всі перекладені тексти є результатом прочитання, інтерпретації та вибору” [160, с. 145].

Розглядаючи перекладацький та технічний аспекти створення субтитрів, Д. Санчез виділяє чотири методи субтитрування:

1. Попередній переклад – адаптація – спотинг
2. Попередній переклад – спотинг – адаптація
3. Адаптація – спотинг – переклад
4. Переклад/ адаптація – спотинг [224, с. 10].

Для розуміння кожного з наведених методів необхідно спершу з’ясувати значення поняття, специфічного для субтитрування.

Спотинг (“spotting”) або таймінг (“timing”) – це так звана часова розмітка, за якої фільм поділяється на часові проміжки та встановлюються (“знімаються”) часові точки початку та кінця фрази, для чого використовуються часові одиниці – години, хвилини, секунди, мілісекунди, або кадри [114]. Таким чином визначається час появи та зникання кожного окремого субтитру. Часова розмітка, окрім часу початку та кінця репліки персонажів, може включати імена кіногероїв і тривалість фрази [154]. Коли готовий файл із субтитрами, який містить часові коди та текст, накладається безпосередньо на фільмокопію, мова йде про відкриті субтитри. Своєю чергою, у так званих закритих субтитрах файл із ними конвертується у графічні зображення та накладається на фільм уже кінцевим користувачем,

який активує відповідний пункт меню, обираючи між перекладами різними мовами або взагалі вимикаючи субтитри.

Перший метод, який передбачає спочатку здійснення попереднього перекладу, його адаптацію, а потім – спотинг, застосовується переважно тоді, коли мова йде про стислі строки виконання роботи та відсутність при цьому відеоряду. Для того, щоб не чекати моменту, коли надійде відеоматеріал, здійснюється попередній переклад діалогів. Потім інша особа – субтитрувальник, або фахівець із монтажу субтитрів, працюючи з електронною системою обробки даних або безпосередньо з програмою, яка конвертує перекладений текст у субтитри, здійснює так звану “адаптацію” останнього, перевіряючи, чи адекватно відтворюється значення вихідних реплік та, у разі потреби, узагальнюючи їх. Тільки після цього для кожного субтитру визначається час появи та зникання.

Під час застосування другого методу формування субтитрів на першому етапі так само, як і в попередньому випадку, здійснюється попередній переклад тексту кінодіалогів, однак далі передбачається часова розмітка для кожного субтитру, яку виконує субтитрувальник або монтажник, а завершальним етапом стає адаптація перекладу останнім. На спотинг у даному разі витрачається значно менше часу. Основним недоліком обох методів ми вважаємо розподіл роботи між різними людьми: перекладені на першому етапі тексти у зв’язку з обмеженнями, які покладає на текст субтитрування, можуть повністю видозмінюватися особами, які не є професійними перекладачами.

Наступний метод створення субтитрів, який включає адаптацію на першому етапі, спотинг на другому та переклад – на останньому, використовується для підготовки субтитрів різними мовами. У даному разі субтитри створюються мовою оригіналу та відразу поділяються на часові проміжки, а потім перекладаються іншими мовами. Таким чином, перекладач може обирати між тим, щоб використати вже готовий скорочений

текст мовою оригіналу або самостійно здійснювати переклад та адаптацію, керуючись звуковим і відеорядом та скорочуючи текст самостійно. Перевагою цього методу є те, що можливо одночасно здійснити переклад фільму багатьма мовами, не вдаючись при відтворенні кожною з них до спотингу. Однак при цьому слід пам'ятати про існуючі синтаксичні відмінності між різними мовами, тому поділ на субтитри мовою оригіналу не може бути визначальним для інших мов.

Останній із наведених Д. Санчез методів субтитрування передбачає переклад з одночасною адаптацією спочатку та спотинг на завершальному етапі або навпаки. Це єдиний метод, за якого робота перекладача та субтитрувальника поєднується, тобто виконується однією особою на всіх етапах. Беззаперечною перевагою при цьому є прийняття кінцевого рішення щодо вибору найбільш правильного варіанту відтворення тексту діалогів іншою мовою саме перекладачем, який розуміється на специфіці субтитрування та вміє “укладати” репліки у субтитр. Однак на сьогоднішній день, як наголошує Д. Санчез, немає необхідної кількості професійних перекладачів, які прагнуть опанувати технічний бік створення субтитрів [224, с. 11-17].

Наведені особливості субтитрування дають підстави замислитися над тим, які *спеціальні знання та навички* вимагаються від автора субтитрів. По-перше, він повинен не просто досконало володіти мовами оригіналу та перекладу, а й бездоганно спілкуватися цими мовами: знати особливості усного мовлення. По-друге, як зазначають Ж. Іверсон та М. Керолл, автори субтитрів “повинні мати ерудовані та тривіальні знання, розумітися як на найбільш тяжких для розуміння науках, так і на повсякденних речах, які можна знати лише проживши у країні багато років” [191, с. 105]. По-третє, технічна складова процесу створення субтитрів не повинна відділятися від перекладу, тобто переклад та специфічний для субтитрування спотинг повинен виконуватися однією особою. По-четверте, для фахівця із

субтитрування, окрім володіння технічним аспектом процесу, вирішальне значення має знання прийомів перекладу загалом і способів скорочення перекладеного тексту зокрема.

Говорячи мовою образів, Г. Готліб ставить наступні вимоги до авторів субтитрів: "... гарний автор субтитрів (за винятком того, щоб бути гарним перекладачем) потребує музичного слуху усного перекладача, лише доцільних суджень редактора новин та відчуття естетики, притаманне дизайнеру. Для того, щоб показувати субтитри синхронно, автор субтитрів повинен також мати міцну руку хірурга та відчуття часу, як у оркестрового ударника" [179, с. 115].

Отже, до спеціальних умінь автора субтитрів з точки зору перекладу належать: володіння спеціальними прийомами мовних трансформацій; вміння грамотної компресії; визначення пріоритетів завдяки виділенню інваріантів перекладу. Із технічної точки зору перекладач повинен опанувати процес часового кодування, завдяки якому визначається тривалість певної усної репліки, а відповідно до неї та з урахуванням цільової аудиторії перегляду – довжина тексту перекладу.

1.2.3 Закадровий переклад. Супровід голосом за кадром, войс-овер, або напівдублювання ("*half-dubbing*") у сфері кіно передбачає "читання перекладеного тексту актором або перекладачем, під час якого його голос накладається на діалоги оригіналу, що теж прослуховується на задньому тлі" [104, с. 121], але не замінюються перекладом.

Войс-овер, як зазначає Дж.-М. Люйкен, характеризується:

- точним перекладом оригінального діалогу;
- приблизно синхронним відтворенням [200, с. 80].

Переглядаючи фільм, перекладений у такий спосіб, глядачі можуть чути перші та останні слова вихідних діалогів, однак звук оригіналу

поступово зменшується, поступаючись голосу за кадром. Вимоги щодо початку звучання перекладених діалогів і їх завершення на різних студіях закадрового перекладу можуть мати відмінності: голос за кадром, наприклад, може з'являтися через три секунди після початку репліки мовою оригіналу та стихати разом із її закінченням, або починатися на дві секунди пізніше, а закінчуватися на дві секунди раніше вихідного тексту. За одиницю розрахунку можуть також братися слова, а не секунди.

Оскільки такого роду озвучення лишається особливим видом КП, необхідно виконувати вимоги до даної сфери: переклад, хоч і не повною мірою, але синхронізується із діалогами оригіналу, причому його необхідно скорочувати у тривалості на декілька секунд. У цьому полягає перша складність у роботі перекладача, який озвучує іноземний текст у такий спосіб.

По-друге, співіснування двох мов на екрані робить перекладені версії фільмів “уразливими” [159, с. 43–44]. Адже перші та останні слова аудиторія перекладу не лише чує, а й у разі знання мови оригіналу також і розуміє та порівнює. З цієї причини перекладач, намагаючись відтворити повідомлення іншою мовою, повинен надавати досить точний переклад двох-чотирьох слів на початку та в кінці репліки. “Інколи навіть добре продуманий семантичний переклад є незадовільним і перевага може надаватися буквальному перекладові”, - пише Дж.-М. Люйкен [200, с. 141]. Але, з іншого боку, якщо реципієнт не відзначається володінням мовою оригіналу, то надто гучне її звучання на задньому плані може відволікати та спричиняти труднощі із розумінням тексту. Окрім того, у сценах з багатьма персонажами складно розрізнити репліки окремих осіб. Коли ж декілька героїв фільму висловлюються одночасно, не завжди можна подати всі їхні репліки у перекладі.

Як і в решті видів КП, при супроводі голосом за кадром текст підлягає необхідним скороченням та опусканням, оскільки довжина тексту перекладу

повинна відповідати часу оригінального висловлювання з відніманням двох-трьох секунд. Войс-овер, як і дублювання, є акустичним перекладом, тому при ньому немає необхідності у забезпеченні читабельності перекладеного тексту, з чим має справу автор субтитрів. Супровід голосом за кадром, окрім того, не вимагає такої ретельності та значних часових і фінансових затрат, як, наприклад, професійне дублювання, від якого войс-овер відрізняється наступним:

- відсутність вимоги до того, щоб довжина реплік перекладу повністю відповідала довжині реплік в оригіналі;
- відсутність потреби у записі багатьох звукових доріжок;
- менша кількість роботи з монтажу та звукозапису;
- відсутність вимоги до схожості голосових характеристик мовців в оригіналі та перекладі; зазвичай при озвучуванні увага звертається лише на збереження гендерної відповідності оригіналу та перекладу, тобто чоловічі голоси повинні озвучувати чоловіки, а жіночі – жінки, до яких не ставиться вимога бути професійними акторами.

Залежно від кількості осіб, які безпосередньо озвучують фільм, у цьому виді кіноперекладу розрізняють: одноголосий (усі ролі озвучує одна особа), двоголосий (відповідно до озвучення залучені дві особи – переважно для розрізнення за статями) та багатоголосий переклади. Останній називають також професійним, адже кожен персонаж має “власний голос за кадром”.

Що стосується підходів до озвучування з точки зору відтворення лінгвокультури, то зрозумілим стає те, що в даному випадку не можна однозначно говорити про те, що цей вид КП тяжіє лише до одомашнення або лише до очуження. Характеризуючись наявністю елементів обох перекладацьких стратегій, озвучення розташовується десь посередині між ними. При перегляді озвучених фільмів у глядача задіяний лише слуховий канал сприйняття вербальної інформації (тобто йому не потрібно читати переклад, як у випадку із субтитруванням), він чує діалоги рідною мовою,

саме тому фільм сприймається наближено до рідної культури. Проте можливість прослуховування іноземних діалогів на задньому плані одночасно нагадує глядачеві про іноземне походження продукту.

Із “голосом за кадром” телеглядачі стикаються щодня у новинах, інтерв'ю, ток-шоу, телесеріалах, документальних фільмах, розважальних шоу-програмах, до участі в яких залучаються іноземці, коли перекладач працює наживо, а також у рекламних компаніях телемагазинів. Слід зазначити, що войс-овер користується більшою популярністю на пострадянському просторі, де даний спосіб озвучування набув значного поширення при перекладі фільмів на телебаченні.

1.2.4 Національна традиція та зіставний аналіз видів кіноперекладу. За змістом та методикою виконання розглянуті види КП не є категоріями рівнозначними чи взаємозамінними; за своєю природою вони покликані виконувати різні функції: дублювання або супровід голосом за кадром забезпечують відтворення мовної частини звукового ряду безпосередньо цільовою мовою, а субтитрування передбачає розміщення тексту перекладу цільовою мовою на фільмокопії оригіналу при збереженні звукового ряду фільму іноземною мовою. Разом з тим, переклад усіх названих видів КП керується спільними особливостями кінодіалогу, на яких наголошує М. Снеткова: обмеженість часовими рамками звучання; націленість на миттєве сприйняття; залежність від візуального ряду [110, с. 25].

Кожна країна культивує свою традицію перекладу фільмів та звертається при цьому до двох найпоширеніших видів: дублювання та субтитрування, коли мова йде про кінотеатральний, та до третього – супроводу голосом за кадром – у випадку телевізійного перекладу. Вибір кожного з наведених видів перекладу фільмів зумовлений низкою чинників,

серед яких: історичні обставини, традиції, техніка, до якої звикла аудиторія, витрати, а також місце обох культур – цільової та вихідної, – у міжнародному контексті.

Серед європейських країн, які традиційно використовують дублювання при відтворенні іноземного кіноматеріалу, Дж.-М. Люйкен називає Францію, Німеччину, Австрію, Італію, Іспанію та Швейцарію [200, с. 31]. Спробуймо відшукати цьому причини. По-перше, починаючи з моменту виникнення дублювання цього виду КП надавали перевагу у країнах із великою мовною спільнотою. По-друге, політичний клімат європейських країн тих часів, що характеризувався потужними націоналістичними течіями, також сприяв розвитку дублювання: в Іспанії, Німеччині та Італії політична верхівка суспільства надавала перевагу саме цьому виду КП. Із приходом фашистського режиму в цих країнах були прийняті закони, що ставили дублювання під протекцію уряду, а субтитрування, своєю чергою, обмежувалося або взагалі заборонялося. Причини цього явища слід шукати не лише у бажанні зберегти власну мову та культуру, як постулювалося фашистською владою, а насамперед у широкому просторі для функціонування цензури, що було можливим саме завдяки створенню дубльованих версій фільму, який перетворювався, таким чином, на засіб пропаганди пануючого режиму. Утвердженню дублювання також сприяв низький рівень освіти робітничого класу, який з економічної точки зору мав стати основною аудиторією перегляду іноземних фільмів. Окрім того, понад 20% населення Італії у 1931 році взагалі не вміло читати та писати [184, с. 93]. Навіть після завершення війни та повалення фашистських диктатур дублювання залишилося у найбільших країнах Європи основним видом перекладу кіно, що пояснювалося небажанням публіки переглядати фільми з субтитрами. До сьогодні тут іноземні фільми переважно дублюються.

Вірними субтитруванню з економічних причин залишилися країни, які належали до дрібніших мовних спільнот, чисельність представників яких

обмежувалася, як зазначає Г. Готліб, 25 мільйонами мовців [180, с. 85], оскільки інвестиції у значно дорожчий вид перекладу кіно були для них нерентабельними. Першість у використанні та подальшому вдосконаленні технології субтитрування належить скандинавським країнам: Норвегії, Данії, Фінляндії та Швеції. Окрім того, традиційними країнами з домінуванням субтитрування вважаються Бельгія, Нідерланди, Греція, Кіпр та Португалія [200, с. 31]. При цьому, однак, хибною є думка, що у виборі виду КП фінансовий чинник залишається вирішальним. У цих країнах традиція до вивчення іноземних мов є сильнішою, що безпосередньо вплинуло на рішення щодо надання переваги субтитруванню при відтворенні іноземних фільмів [221, с. 18]. Цікавим є знайдене рішення у деяких країнах з двома державними мовами: тут одночасно внизу екрану з'являються два рядки із субтитрами – по одному на кожну мову. До таких країн належать Фінляндія (фінська та шведська), Бельгія (фламандська та французька мови) [200, с. 31].

До наведеного розподілу країн залежно від їхніх уподобань при виборі основного виду перекладу фільмів не можна включити США, Великобританію та Ірландію. Адже дані країни практично не імпортують неангломовну кінопродукцію, а Сполучені Штати Америки, навпаки, є основним постачальником англомовного кіно, яке стає об'єктом перекладу по всьому світу.

Німеччина, як зазначалося вище, є класичною країною з переважанням дублювання, субтитри в основному вводяться як відео-текст для осіб з вадами слуху. Частково такий розвиток був зумовлений політикою у Веймарській республіці та під час панування націонал-соціалізму. Першим фільмом, дубльованим німецькою мовою, став фільм “All Quiet On The Western Front” (“На Західному фронті без змін”), прем'єрний показ якого відбувся у грудні 1930 року у Берліні. Розвитку дублювання в Німеччині посприяло створення великими американськими кіностудіями, наприклад, “Metro-Goldwyn-Mayer”, “Paramount” та “Universal”, своїх філіалів і студій

дубляжу у найбільших європейських містах. У повоєнний період німецькі студії “Die Ultra-Film GmbH” та “Die Berliner Synchron GmbH” заслужили довіру іноземних кіновиробників. Останньою на сьогоднішній день здійснено переклад понад 7 тисяч фільмів, що робить студію однією з лідерів німецького ринку кіноперекладу. Своєю чергою, на субтитруванні тут спеціалізуються компанії “Film und Video Untertitelung Gerhard Lehmann AG” та “Titelbild GmbH”.

Дублювання стало традицією і на переважній більшості територій колишнього Радянського Союзу: західні фільми, у тому числі мюзикли, завжди підлягали дублюванню.

Говорячи про ситуацію з дублюванням на українських теренах, помітні позитивні зміни: починаючи свою історію фактично у 2006 році, нині дублювання фільмів українською мовою досягло значного прогресу. Як зазначає керівництво компанії звукозапису “AdiozProduction Studio”, тепер транслятори не просто перекладають текст і літературно його адаптують, а й самостійно укладають репліки у синхрон: щоб фраза була ні довшою, ні коротшою за оригінальну й “укладалася” у уста героя [28].

Найбільш відомими компаніями, які дублюють фільми для україномовного кінопрокату, є “Невафільм Україна”, “AdiozProduction” і “Pteroduction sound”. Слід зазначити, що якість звукозапису українських студій не можна поставити під сумнів: кожна з них перед початком роботи була проатестована американськими виробниками кінострічок. Паралельно з дубляжем виключно для широкоекранних фільмів, розвиток отримали також студії багатоголосого закадрового перекладу – “ТакТребаПродакшн”, “Студія дубляжу каналу 1+1”, де вперше в Україні було здійснено повноцінне дублювання деяких серіалів (“Теорія брехні” (“Lie to me”), “Секс та Каліфорнія” (“Californication”) для телевізійного каналу “1+1”). Початок 2009 року відзначився відкриттям першої в Україні студії звукозапису, яка отримала сертифікат “Студія категорії Dolby Premier” – “LeDoyen Studio”.

Тут не лише записують та обробляють звук, а й виконують фінальне зведення звуку, технічні можливості для здійснення якого відсутні на інших названих вище студіях, тому для останнього етапу дублювання озвучений в Україні матеріал передають до Санкт-Петербургу чи Лондону.

За роки існування українського дублювання сформувалася когорта перекладачів іноземного кіно. Досвідчений кіноперекладач **Сергій Ковальчук** виконав переклад понад 50 фільмів для кінотеатрів (зокрема, “Аліса в Країні Чудес”, “Легенди нічної варті”, “Тачки-2”) та понад 70 фільмів для телебачення (наприклад, “Титанік”, “Післязавтра”, “Одинадцять друзів Оушена”, “Дванадцять друзів Оушена”, “Один удома-4”), будучи музикантом, він із легкістю адаптує пісенні тексти. Одним із найвідоміших у сфері українського кіноперекладу стало ім’я **Олекси Негребецького** (справжнє ім’я – Леонід Дмитренко), який на даний момент переклав та виконав укладання тексту 38 фільмів для кінопрокату, серед яких “Пірати Карибського моря” (друга – “Скрина мерця”, та третя частини – “На краю світу”), “Гаррі Поттер та Орден Фенікса”, повнометражні (окрім проаналізованих у нашому дослідженні АФ) “Кораліна у світі кошмарів”, “Змивайся”, “Острів Робінзонів”, “Шрек назавжди” тощо та короткометражні анімаційні фільми (“Шалена п’ятірка”, “Секрети майстрів”, “Веселого Мадагаскару!” та ін.). Окрім того, Олекса Негребецький був не лише перекладачем та автором синхронного тексту, а також і режисером дубляжу низки фільмів, зокрема, анімаційних (“Пригоди Десперо”, “Смурфики”, “Прибулець Павло”). Якщо говорити про переклад для телебачення, то найяскравішим прикладом його роботи ми вважаємо комедійний серіал “Альф”. У контексті телевізійного перекладу варто відзначити також творчий доробок **Федора Сидорука**, який переклав українською анімаційний серіал “Сімпсони”.

Останні політичні рішення, що поставили під сумнів питання статусу української мови як єдиної державної, на нашу думку, спричинять

активізацію нової хвилі боротьби за панування російської мови у перекладі кіно на території України. Однак, навіть якщо лишити поза увагою національну свідомість громадян, то фінансовий чинник повинен відіграти свою роль у прийнятті рішення щодо вибору мови дубляжу. Адже дублювання іноземних фільмів українською мовою належить до витрат студії-виробника, яка зацікавлена у збільшенні масштабів прокату та, як зазначає В. Трофанюк, виділяє на переклад та адаптацію одного фільму від двадцяти до сорока тисяч доларів. Щорічно в українському кінопрокаті з'являється понад сто фільмів, тобто кіноіндустрія отримує близько чотирьох мільйонів доларів [116].

“Дубляж одного фільму забезпечує команда до 30 осіб – акторів, перекладачів, режисера, помічників режисера. Це їхні заробітні плати, можливість утримувати сім'ї та платити податки” [116]. Тоді постає цілком слушне запитання: чиї фінансові інтереси представляють українські дистриб'ютори – поборники російськомовного дублювання, працюючи через країну-сусідку та закупаючи іноземні фільми, дубльовані російською мовою?

Якщо в Україні точаться гострі дискусії щодо мови перекладу іншомовного кіноматеріалу, то в Європі постійному обговоренню підлягає питання вибору виду КП, що стосується переважно боротьби між прихильниками субтитрування, з одного боку, та дублювання, з іншого. Двома крайніми аргументами при запереченні кожного з них є масштаби скорочення змісту у субтитруванні та розгляд дублювання як своєрідного засобу цензури, який повністю нівелює культуру оригіналу.

Прихильники субтитрування вважають, що оригінальна версія фільму – це шлях до його пізнання. Водночас субтитри сприяють вивченню іноземних мов та ближчому знайомству з іншими культурами, а також виховують свідомого глядача, який має змогу об'єктивніше оцінити якість перекладу, а також зрозуміти міжкультурні відмінності та конфлікти.

Фінансовий чинник є також вагомим, адже субтитрування – це найдешевший вид перекладу кінопродукту (незалежно від того, іде мова про теле- чи кіноформат). Окрім того, субтитрування порівняно з озвучуванням потребує значно менше часу. Таким чином, на користь субтитрування поряд із тим, що оброблена версія завдяки збереженню оригінальних голосів вважається більш автентичною, говорить також економія коштів і часу.

Однак, з іншого боку, серед прихильників дублювання, зокрема у Франції, багато борців за чистоту мови. У виборі названого виду перекладу кіно часто приховується намагання зберегти й пропагувати свою культуру. Аудиторія, яка звикла до дублювання, чуючи рідну мову, почувається впевненою у її важливості. Тобто субтитри характеризуються тенденцією до надмірного відображення рис вихідної мови, тоді як текстам дубляжу це не притаманно, унаслідок чого останні мають більше рис, типових для мови перекладу. Багато працівників кіноіндустрії та глядачів вважають, що дубльовані фільми є легшими для сприйняття, тоді як субтитри вимагають більшого зосередження та можуть відволікати від візуального ряду. Навряд чи можна знайти людину, яка відвідує кінотеатр задля того, щоб протягом двох годин у темряві “читати книги”. При субтитруванні у порівнянні з іншими видами кіноперекладу критиці піддається також неточне, часто скорочене відтворення діалогів.

Якщо провести паралелі між дублюванням та закадровим перекладом, то увагу привертає передусім ретельність підготовки тексту перекладу. Якщо при перегляді дубльованих фільмів у глядача повинно складатися враження, що персонаж насправді говорить мовою перекладу, то “голос за кадром”, у свою чергу, не потребує ліпсінгу. Тому витрати на дублювання значно більші, ніж на закадровий переклад.

Анімаційні фільми у переважній більшості випадків підлягають озвучуванню (тобто дублюються або супроводжуються “голосом за кадром”), навіть у країнах, де надають перевагу субтитруванню. Озвучування в цьому

випадку не уникнути, як з огляду на віковий діапазон передбачуваної цільової аудиторії, так і з огляду на потребу у збереженні візуальної цілісності. Показ мультфільмів із субтитрами відбувається зазвичай з освітньою метою: для вивчення іноземної мови. Тоді субтитри є переважно фіксованою письмовою версією дубльованих діалогів.

1.3 Американська анімація як основне джерело перекладу

1.3.1 Загальна характеристика анімаційних фільмів: поняття, аудіовізуальні особливості, тенденції, класифікація. Дослідник анімації П. Велз у своїй книзі “Animation and America” припускає, що Америка створила чотири основні автохтонні мистецькі форми, а саме: вестерн, джаз, бродвейський мюзикл та анімаційний фільм. Анімаційні фільми, які на початку свого існування вважалися спрощеними, із часом виявилися мистецькою формою загальної ваги, культурно детермінованою мовою соціального вжитку [241, с.1].

Термін “анімаційний фільм” походить від лат. “anima”, що означає “душа”; у перекладі з англійської та французької “animation” – “одухотворення”. У свідомості вітчизняного глядача цей вид кінематографу закріпився під назвою “мультиплікація” або “мультфільм” (з латини “multiplication” – “множення, збільшення, зростання”). В основі першої назви – суть “оживлення” неживого: малюнків, речей, ляльок, друга означає спосіб, яким це досягається: “множенням” зображень, що відрізняються одне від одного фазою руху [5]. Сьогодні дедалі частіше надається перевага поняттю “анімаційний фільм”.

М. Юрковська, якій належить одне з найновіших українських ґрунтовних лінгвістичних досліджень АФ, під анімацією розуміє “особливий тип креолізованого тексту – складне семіотичне утворення, зміст якого утворюється комбінацією різних семіотичних знаків: вербальних, які в свою

чергу складають лінгвістичну систему фільму (персонажне, авторське, закадрове мовлення, спів, титри, заголовки, написи, назви вулиць, міст тощо, які є частиною світу речей фільму), та візуальних, які складають нелінгвістичну систему анімаційного фільму (природні шуми, музика, візуальні образи, рухи персонажів)” [136, с.49-50]. Тобто як звичайний фільм, так і АФ з точки зору перекладознавства складаються з двох рівноцінних компонентів – вербального та візуального. Таким чином, з точки зору кіномистецтва анімаційний фільм є особливим видом кінематографу, а з точки зору лінгвістики його, як і будь-який фільм, можна віднести до аудіовізуального типу текстів.

Вербальні особливості сучасних мультфільмів виявляються у специфіці їхньої мови: “основу оригінального кінодискурсу становить „живе” діалогічне мовлення, і запорукою його адекватного перекладу є природність звучання” [51, с.176]. Мова персонажів фільму є авторською стилізацією звичайної розмовної мови, яка часто складається із різноманітних реєстрів [109, с. 18]. На відміну від інших видів кінематографу, де може переважати використання стилістично немаркованої лексики, персонажі АФ розмовляють простою, доступною, народною мовою, тому тут часто зустрічаються просторіччя, жаргонізми, не виключаються навіть вульгаризми. Відтворення даних особливостей при перекладі сучасних АФ складає особливу проблему та є своєрідним викликом для перекладача.

До візуальних особливостей сучасної анімації належать:

- 1) яскрава картинка на екрані: психологами доведено, що діти відразу звертають увагу на яскраві кольори;
- 2) видовищність завдяки використанню різноманітних спецефектів, що в цілому переважає в усьому сьгоднішньому кінематографі;
- 3) зображення фантастичних персонажів, нереальних світів або ж реальних персонажів, але у вигаданих обставинах та з вигаданими можливостями;

4) антропоморфність анімаційних героїв, що є ключовим художнім прийомом в АФ. А. Орлов з цього приводу зауважує, що традиційна анімація будує свій світ персонажів, ототожнюючи тварину і людину: тварини ходять на двох ногах, розмовляють, мають міміку [89].

Окрім названого вище, сучасні американські АФ характеризуються наступними взаємопов'язаними тенденціями:

- психологізація – більш розгорнуте, глибоке та тонке розкриття характеру і внутрішнього світу персонажа;
- розширення сюжетно-тематичного поля;
- особлива увага до слова, яке стає рівноправним засобом вираження задуму поряд із зображенням;
- повнометражна форма.

Жанровий та ідейно-тематичний простір анімації не має меж. Американський дослідник Дж. Скотт виділяє наступні жанри анімації: пригодницька анімація, комедійний екшн, аніме, комедія, драма, навчальна анімація, мюзикл, дошкільна анімація, наукова фантастика тощо [228, с. 25]. Особливою популярністю на ринку кінематографу, як серед аніматорів, так і серед глядачів, користуються анімаційні комедії. Причина звернення творців АФ до комічного жанру полягає, по-перше, у комерційних вигодах: аніматори створюють легкий, захоплюючий, смішний кінопродукт для будь-якого глядача [242, с. 37]. Однак П. Велз називає також і більш глибоку причину цього явища: “комедія є самим серцем більшості анімаційних фільмів і внутрішньою властивістю лексики анімації” [243, с.127].

Залежно від тематики та сюжету анімаційних фільмів М. Юрковська поділяє їх на дві групи:

- 1) з *прецедентним сюжетом* (екранізації, пародії, римейки) та прецедентними персонажами, які набувають якісно нового звучання;
- 2) з *безпрецедентним / новим сюжетом* та героями, які не мають прототипів. В останніх є спроба створити особливий анімаційний світ,

схожий на людський. Для того, щоб надати йому правдивості, аніматор звертається до реальних (прецедентних) фактів, “які можуть потрапляти у новий контекст без змін або адаптованими до сюжету” [136, с.41-42].

Окрім класифікації анімації за жанрами та сюжетами, існує також розподіл АФ за способом функціонування. Відповідно до класифікації, яку наводять О. Азарян та Н. Крачковська [1], анімація поділяється на:

- 1) *комерційну*, метою створення якої є отримання прибутку або завоювання комерційного ринку; причому прибутковість популярних голлівудських анімаційних фільмів не поступається кіношедеврам;
- 2) *прикладну*, яка не є самостійним комерційним продуктом і створюється як частина рекламного ролика, відеогри, відеокліпу, оформлення фільму, ТВ-передачі або ТВ-каналу.
- 3) *некомерційну*, яка зазвичай випускається спеціально для участі у фестивалях; при цьому фільми здебільшого короткометражні, їхня тривалість не перевищує 30 хвилин. Як влучно відзначають О. Азарян та Н. Крачковська: “Короткий метр не робиться для заробляння грошей. Мабуть, це найважливіша принципова відмінність між повнометражною анімацією і короткометражною. Короткий метр – лабораторія, яка розкриває творчий потенціал художника, режисера, студії зокрема” [1].

1.3.2 Специфіка цільової аудиторії. Автор статті “Стиль мови як дизайн аудиторії” (“Language Style as Audience Design” (1984)) А. Бел виходить із припущення, що всі мовці (або відправники) пристосовують повідомлення до своєї аудиторії (або реципієнтів). Цей чинник, який визначає стиль спілкування, і називається “дизайном аудиторії” [147]. Відповідно до цього перекладачі також визначають потенційну цільову

аудиторію та приймають відповідні перекладацькі рішення. На нашу думку, саме особливостями цільової аудиторії слід керуватися під час вибору стратегій перекладу анімаційних фільмів.

Раніше перегляд мультфільмів вважався “справою” виключно наймолодшої вікової категорії – переважно дітей віком від 5 до 12 років. Дослідження показали, що середня кількість часу на перегляд телевізора дітьми дошкільного віку складає близько тридцяти годин на тиждень. Це означає, що вони проводять більше часу перед “блакитним екраном”, ніж роблячи щось інше, за винятком сну. Окрім того, у віці шістнадцяти років діти витрачають більше часу на перегляд телепрограм, ніж на відвідування школи. Діти починають дивитися телевізор у дуже юному віці, зазвичай, коли їм близько вісімнадцяти місяців [245, с. 322]. Як зазначає С. Вітт, у віці двох років та одинадцяти місяців діти найбільше задоволення отримують від перегляду мультфільмів [245, с. 322]. Однак з більшою цікавістю переглядають мультфільми діти віком від 6 до 8 років. Аналізуючи вікові зміни у ставленні старших дітей до мультфільмів, психологи встановили, що якщо молодші школярі найбільше люблять мультфільми, де героями є тварини, а підлітки старше 12 років надають перевагу мультфільмам з персонажами-людьми, то у віці 9-11 років найулюбленіші герої – напівлюди-напівзвірі чи фантастичні істоти [92, с. 59-61].

Проте з появою так званого “сімейного кіно” (family film) та “сімейних розваг” (family entertainment), які пропагуються голлівудськими студіями, ситуація з цільовою аудиторією перегляду кардинально змінилася: мультфільми з самого початку створюють таким чином, щоб їх переглядали всією сім’єю, тобто вони повинні урахувати як інтереси дітей, так і їхніх батьків. Причому з комерційної точки зору створення сімейних фільмів є набагато вигіднішою справою, аніж створення фільмів, орієнтованих лише на наймолодшу вікову категорію. Тому нерідко в анімаційних фільмах зустрічаються натяки на історичні події чи суспільні аспекти, а також

іронічні зауваження, які може зрозуміти радше дорослий глядач, аніж дитина. “У легкі, часто казкові сюжети методично вплітаються теми далеко не дитячі – кохання, гроші, сексуальна орієнтація, вагітність, бажання людини знайти своє місце в житті та суспільстві, питання екології тощо. Завдяки особливій мультиплікаційній умовності такі життєвоважливі теми набувають іронічного звучання, коли розігруються намальованими персонажами” [136, с.17-18].

Через актуальне для сучасного західного аніматора прагнення – зрівняти в прокаті анімаційне й ігрове кіно заради отримання прибутку, в АФ, які можуть зацікавити широкі кола глядачів, серйозні, далеко не дитячі теми подаються комічно. “Скільки б не стверджували, що анімація – це мистецька форма, не можна ігнорувати той факт, що це також бізнес” [146, с.254].

Наведена тенденція в сучасному кінематографі відображається і через домінування повнометражної анімації, яка створюється для показу на широких екранах кінотеатрів із використанням останніх досягнень звукової техніки. Повнометражний АФ має тривалість не менше 40 хвилин, єдину сюжетну схему та драматургію. Після того, як американська кіноакадемія “Оскар” у 2001 році запровадила номінацію “Найкращий повнометражний анімаційний фільм”, продюсери найбільших кіностудій світу (Fox, DreamWorks, Universal, Paramount, Nickelodeon, Disney-Pixar) почали орієнтуватися саме на цю номінацію, дотримуючись у своїй роботі наступного правила: мультфільми, які б істоти, тварини чи казкові монстри там не з’являлися, необхідно створюватися для двох аудиторій – дитячої та дорослої, – щоб вигадливою картинкою могли насолоджуватися діти, а жарти сприймали батьки.

Цей феномен спрямованості на багатьох адресатів уже давно відомий у дослідженні дитячої літератури: “Межі між книжкою для дорослих і книжкою для дітей часто дуже умовні... У таких випадках ідеться про два

рівні розуміння твору: поверхневий та глибинний” [38, с. 6]. Як зазначає О. Ребрій, “в англomовному академічному дискурсі навіть з’явилася контамінація на позначення книг такого гатунку – “kidult literature” (яку можна було б жартома перекласти як “доросляча література”)” [102]. Американський науковець У. Кнепфльмахер також створив для цього феномену новий термін: “crosswriting”. Як бачимо, обидва поняття підкреслюють, з одного боку, вихід за межі дитячої, а з іншого – за межі дорослої літератури. За аналогією до терміна У. Кнепфльмахера, німецький дослідник Т. Кебнер пропонує ввести нове поняття для сфери дитячого та молодіжного кіно – “crossfilming”, яке вказує на той феномен, що багато дитячих та молодіжних фільмів мають різних адресатів [196, с. 14]. Зі свого боку для характеристики сучасної анімації ми пропонуємо використовувати поняття “crossanimation” та “kidult animation”.

С. Безклубенко наголошує на тому, що “мультики зовсім не були від народження “дитячим кіно”. Навпаки – первісно це були фільми “для всіх”, більше того – насамперед для дорослих. “Переворот” відбувся у 30-х роках ХХ ст. – і настільки масштабний, що у свідомості масового глядача анімаційний фільм ототожнюється з дитячим, дитинським, інколи навіть не сприймається його “серйозне” обличчя” [5]. Тому “у загальному сприйнятті, як правило, діти все ще розглядаються як основна цільова група для перегляду мультфільмів” [167, с. 13], специфіку якої необхідно враховувати.

А. Потапова виділяє чотири специфічні риси дитячої аудиторії:

1) **вік** (дошкільний/молодший шкільний вік; середній шкільний вік; старший шкільний вік); 2) **несформованість мовної особистості** (дитина ще не має того набору здібностей та навичок, який може забезпечити повноцінне та адекватне сприйняття будь-якого тексту); 3) **недостатня мовна компетенція** (що стосується передусім глядачів дошкільного та молодшого шкільного віку, які стикаються з труднощами, пов’язаними із мовною складністю запропонованого їм кіноматеріалу. Такі труднощі

викликає як надто складний синтаксис, так і вживанням великої кількості потенційно незнайомих лексичних одиниць); 4) *обмежений обсяг знань про навколишній світ* (стосується переважно перших двох вікових категорій: недостатність знань про співвідношення між речами, про оцінки, принципи, ставлення, традиції тощо, а також недостатність енциклопедичних знань призводить до обмеження рівня розуміння) [97, 195-196].

1.3.3 Функції сучасної американської анімації. Відповідно до положень скопос-теорії, сформульованої Х. Фермеєром у 1978 році та опублікованої у класичній праці Х. Фермеєра та К. Райс “Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie”, обираючи ту чи іншу стратегію перекладу, необхідно виходити з функції, яку виконує текст оригіналу, та враховувати мету (“скопос”) вихідного тексту [222].

Ми виокремлюємо та наводимо у порядку пріоритетності наступні функції сучасних американських АФ:

1) Розважальна. Як зауважує німецька дослідниця Б. Фелькер, від так званого “family entertainment” очікують – виходячи за межі генерацій – розваг, задоволення, втіхи, а не глибоких конфліктів зі складними, серйозними чи сумними темами [239, с. 232]. В основі таких фільмів – завжди прості герої з оригінальними, незвичайними та добре змальованими характерами, які не є ні дітьми, ні дорослими, а швидше постають в образах звірів, чудовиськ, супергероїв чи роботів [239, с. 237]. Цьому підтвердження знаходимо і в дисертаційному дослідженні М. Юрковської: “З огляду на комерційні фактори сучасний АФ є здебільшого успішним кінопродуктом, мета якого – розважати і смішити” [136, с.34].

2) Когнітивна. Анімаційні фільми демонструють дитині різні способи взаємодії з навколишнім світом, підвищують обізнаність, розвивають мислення, фантазію та почуття, формують світогляд. Ми сподіваємося, що у

нинішньому глобалізованому світі знайдеться підтвердження словам Б. Фелькер: “Той, хто створює фільми для дітей, завжди робить це з особливою відповідальністю перед цільовою аудиторією” [239, с. 45]. Діти при цьому постійно отримують новий досвід, перше враження від відкритого у дитинстві залишає незабутній слід у свідомості на все життя, а здатність розуміти й приймати його моральні основи слугуватиме підґрунтям для подальшого особистісного становлення.

3) Дидактична. Саме через мультфільми, нарівні з вихованням, дитиною засвоюються базові шаблони поведінки у соціальних відносинах, основні поняття про добро і зло, що потім мають вплив на подальше життя дорослої особистості.

У даному випадку ще раз необхідно підкреслити, що розважальна функція анімації останнім часом стала домінувати, мультфільми вже не несуть особливого виховного навантаження. Звідси і прагматична орієнтованість тексту оригіналу: основне – викликати якщо не сміх, то принаймні усмішку на обличчях глядачів. Тобто одне з головних завдань, що постають перед перекладачем – відтворення адекватної реакції на перекладений текст. Для цього транслятор повинен послуговуватися багатим арсеналом мовних засобів (особливо для перекладу експресивів та відтворення комічного) та адекватно відтворювати культурний контекст оригіналу.

Висновки до розділу 1

Аудіовізуальний переклад – це особливий вид перекладу, для якого характерними ознаками є синхронна передача змісту через два канали (слуховий та зоровий) і різні види кодів (зображення у русі, нерухоме зображення, текст, діалог, музика, шум тощо); незмінність зображення, що передбачає підпорядковування перекладу останньому; залучення до процесу перекладу кількох спеціалістів, серед яких перекладач, редактори, режисери, актори. АВП, пройшовши шлях від “білої плями” в теорії та практиці перекладу до об’єкту зростання наукового інтересу, став повноцінною сферою сучасних наукових досліджень.

Підпорядкування АВП зображенню поставило під сумнів визнання його лінгвістами особливим видом перекладу. Однак розвиток перекладознавчої науки, з одного боку, та поява завдяки технічному прогресові нових сфер діяльності та впливу, з іншого, сприяють розширенню розуміння поняття “переклад” та виділенню його нових видів. АВП охоплює кіно- та телепереклад, переклад відео- та мультимедійної продукції, театральний переклад, що за своїми обсягами, суспільним значенням і темпами зростання на сьогоднішній день не поступається іншим видам перекладу, але має іншу специфіку. Особливим типом АВП є кінопереклад, одиницею перекладу якого вважаємо репліку.

З точки зору перекладознавства об’єктом кіноперекладу є фільм як нерозривна єдність вербального компоненту – зв’язного тексту – та невербальних компонентів – аудіовізуального ряду цього фільму та важливих для смислової завершеності екстралінгвістичних чинників. До основних властивостей кінофільму як особливого типу тексту належать аудіовізуальність, інтертекстуальність, креолізованість, цілісність, здатність до поділу, інформативність, прагматична орієнтованість. За жанровою

ознакою кінофільм поділяємо на комедійний, мелодраматичний, детективний, пригодницький тощо; за видом кінематографу можна виокремити анімаційний кінофільм.

До основних видів КП належать дублювання, субтитрування та закадровий переклад. При цьому різні жанри та різні аудиторії вимагають відмінних підходів до перекладу кінопродукції.

Дублювання передбачає заміну звукової доріжки оригінального фільму на переклад цільовою мовою з урахуванням принципів синхронізації, особливо фонетичної, що полягає у збереженні відповідності побачених рухів губами та почутих звуків. Дублювання наближає фільм до цільового глядача завдяки зрозумілій мові персонажів. Процес дублювання фільму включає власне переклад кінодіалогів, укладання реплік у синхрон (ліпсинг/адаптація), запис нової звукової доріжки у студії дубляжу. Основні складнощі КП при дублюванні полягають у наступному: 1) час, що відводиться на перекладену репліку, обмежується зображенням; 2) прагнення до подібності відтворення губних рухів; 3) вимога чіткої відповідності між аудіо- та візуальною інформацією; 4) різні рівні роботи перекладача: власне переклад, адаптація, укладання тощо. З огляду на складність створення дубльованої версії названий вид КП потребує найбільших часових і фінансових затрат. При цьому як Німеччина, так і Україна є традиційними країнами з домінуванням дублювання при перекладі кіно.

Субтитруванням називається відтворення усних діалогів у вигляді одного або двох рядків написаного тексту, який з'являється у нижній частині екрану та відповідає реплікам акторів. Специфічні риси субтитрування (відповідність зображення, звуку та мови; зміна усної мови на письмову; обмеження у просторі та часі) ставлять перед перекладачем особливі вимоги щодо володіння спеціальними прийомами мовних трансформацій, що використовуються для компресії перекладеного тексту. Масштабність останньої та відволікання глядача від того, що відбувається на екрані, часто

нівелює позитивний ефект (у разі знання мови оригіналу) від збереження оригінального голосового супроводу. Субтитрування стало традицією у скандинавських країнах, а також у Бельгії, Нідерландах, Греції, Португалії тощо.

Для закадрового перекладу характерним є накладання перекладених діалогів на репліки оригіналу (войс-овер), які також прослуховуються на задньому плані. У порівнянні з дублюванням закадровий переклад не вимагає ліпсингу, а в порівнянні з субтитруванням останній не має обмежень у просторі, тому скорочення тексту є незначними, що спрощує роботу перекладача. Якщо у світі войс-овер використовується переважно для перекладу телевізійних інтерв'ю та документальних фільмів і посилює таким чином ефект достовірності наданої інформації, у країнах пострадянського простору цей вид КП користується популярністю при перекладі фільмів на телебаченні.

Анімаційний фільм належить до аудіовізуального типу тексту та складається з вербального, який у свою чергу становить лінгвістичну систему фільму (персонажне, авторське, закадрове мовлення, спів, титри, заголовки, написи, назви вулиць, міст тощо) та візуального компонентів: останні складають нелінгвістичну систему АФ (природні шуми, музика, візуальні образи, рухи персонажів).

Американський анімаційний кінематограф, представлений переважно комедійним жанром, завдяки безпрецедентним сюжетам, яскравій картинці та простоті зображених характерів завоював прихильність мільйонів глядачів за межами Сполучених Штатів Америки. При цьому змінилася як цільова орієнтованість АФ, яка стала “подвійною” – на дітей та їхніх батьків, так і їхня функціональна спрямованість: перше місце в анімаційному кінематографі нині належить розважальній, а не дидактичній функції. З огляду на спрямованість АФ на різну вікову аудиторію, ми вводимо поняття “crossanimation” та “kidult animation”. Таким чином, стратегії перекладу АФ

залежать, по-перше, від орієнтації на подвійність аудиторії, а по-друге, від орієнтації на подвійність функції анімаційного кінематографу з домінуванням розважальної. Відповідно, домінантною інварантою перекладу стає збереження комунікативного ефекту.

При перекладі АФ з огляду на специфіку аудиторії перегляду завдяки індивідуалізації мовних характеристик персонажів та природності звучання діалогів домінує дублювання. Закадровий переклад знаходить своє застосування лише на телеекранах, а субтитрування виконується з освітньою метою.

Порівнявши ситуацію здійснення КП в Німеччині та Україні, відзначаємо непрофесійне ставлення до даного виду перекладу в Західній Європі з огляду на поділ роботи над створенням дубльованої чи субтитрованої версії фільму між перекладачем, редактором, режисером дубляжу і т.д. В Україні, у свою чергу, незважаючи на відсутність теоретичної бази з кіноперекладу, сформувалася група фахівців з усіма вміннями та компетенціями, які здійснюють і власне переклад, і ліпсинг або таймінг, а також адаптацію іноземного кіноматеріалу до цільової лінгвокультури одноосібно. Однак це стосується переважно перекладу фільмів для кінотеатрального показу.

Зміст основних положень розділу висвітлено у трьох наукових статтях, опублікованих у фахових виданнях України [77, 79, 81].

РОЗДІЛ 2

АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ ПЕРЕКЛАД АНІМАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ ЯК ПРАГМАТИЧНА АДАПТАЦІЯ ДО ЦІЛЬОВОЇ КУЛЬТУРИ

2.1 Перекладач як посередник між двома лінгвокультурами: міжкультурна компетенція в кінематографі

Різні культури сьогоденного світу не ізольовані одна від одної, а перебувають у постійній взаємодії. Як зауважує А. Паславська, “у сучасному світі тотальної глобалізації проблеми міжкультурної комунікації мали б відійти на другий план, внаслідок стирання меж між різними культурами та їхніми представниками. Однак ці сподівання не відповідають дійсності... Незважаючи на потужний культурний (а інколи й безкультурний) вплив іззовні, українці все ще залишаються українцями, а німці – німцями” [91, с. 138]. При цьому мовний бар’єр – це не єдина перешкода, яку доводиться долати представникам різних культур у процесі комунікації: “за мовним бар’єром стоїть культурний бар’єр, який також заважає ефективному обміну інформацією” [82, с. 103].

Проблема взаємодії мови та культури давно стала об’єктом наукових досліджень. На тісний взаємозв’язок між означеними феноменами вказував ще В. фон Гумбольдт, зазначаючи: “мови – це ієрогліфи, у які людина вміщує світ і свою уяву” [21, с. 349]. Абсолютно очевидним, на думку Р. Якобсона, є те, що мова є складовою частиною культури, але в межах цієї культури в цілому вона функціонує як її підструктура, підґрунтя та універсальний засіб [138, с. 379]. Мова в даному разі “не існує поза культурою, тобто поза соціально успадкованою сукупністю практичних навичок та ідей, що характеризують наш спосіб життя” [107, с. 185]. Таким чином, мова вважається однією з форм збереження культури та її знаряддям, будучи своєрідною скарбницею культурних цінностей народу та засобом їх передачі

майбутнім поколінням. Тісний взаємозв'язок мови та культури підтверджує також висловлювання академіка Д. Лихачова: “Мова нації є сама собою стислим, якщо хочете, алгебраїчним вираженням усієї культури нації” [60, с. 7]. На думку відомого семіотика Ю. Лотмана, “жодна мова не може існувати, поки вона не заглиблена в контекст культури; і жодна культура, яка не має своїм центром структуру природної мови, теж не має права на існування” [199, с. 221].

На необхідності розглядати мову як об'єкт культури наполягає Г. Саєнко, наголошуючи на тому, що “не існує мови без культури і кожна мова насичена культурою, яку вона виражає... Мова знаходиться у постійному зв'язку з культурою у подвійному сенсі: мова є частиною культури, але й навпаки, що є цілком справедливим: мова містить культуру, мова є пам'яттю культури. Мова не може бути відокремлена від культури” [105, с. 99]. Мова, таким чином, містить ключі від таємниць ментального універсуму певної культури, від пізнання способу мислення й особливостей менталітету етносу.

Звертаючись до проблеми співвідношення мови та культури, Ю. Лотман, зазначає: “Людина приречена жити в культурі так само, як вона живе у біосфері” [63], із чого цілком закономірно випливає, що мова відтворює насамперед образ носія цієї культури та мови. Самобутність тих компонентів національно-мовних картин світу, які є носіями національної специфіки, дозволяє деяким учених наполягати на “непроникності” національно-мовних картин світу для іншомовної свідомості [49, с. 145]. Цей погляд бере початок від “закону різноманіття національних культур”, який було запропоновано ще на початку ХХ століття М. Трубецьким. На думку автора, дія закону ускладнює спілкування представників різних народів, а якщо між культурами наявні значні відмінності, комунікація стає зовсім неможливою [117, с. 330].

О. Швейцер так само звертає увагу на врахування розходжень у сприйнятті одного й того самого тексту з боку носіїв різних культур. При цьому визначальними є “відмінності у вихідних знаннях, уявленнях, інтерпретаційних та поведінкових нормах” [132, с. 152]. І саме перекладач як посередник між двома мовами та культурами повинен брати на себе функцію ретранслятора культурної інформації від одного співрозмовника до іншого. Слушною є думка П. Ньюмарка про те, що додаткова інформація, яку перекладач може вводити до своєї версії, є здебільшого інформацією культурною [213, с. 91].

Таким чином, співвідношення між мовою та культурою мають безпосередній вплив на сприйняття чужомовного матеріалу як перекладачем, так і читачем (глядачем/слухачем) перекладу. А процес перекладу безпосередньо залежить від того, наскільки мови та культури первинної та цільової аудиторії віддалені одна від одної. Американський учений Ю. Найда також говорить про те, що працюючи з мовою, необхідно визнавати її невід’ємний зв’язок із культурою, вважаючи, що немає таких мов, які сегментували б позамовний досвід ідентично. Науковець доходить висновку, що “розбіжності культур можуть спричинити більш серйозні труднощі для перекладача, ніж структурні розбіжності мови” [214, с. 130]. Тому переважна більшість перекладачів нині усвідомлює гостру потребу у врахуванні відмінностей між культурами – міжкультурної асиметрії, яка виявляється при зіставленні систем культур як асиметрії концептів, стереотипів, невербальної поведінки тощо.

О. Леонтович вважає, що на успіх перекладу чинить вплив велика кількість культурологічних чинників, серед яких:

- відмінності менталітетів і національних характерів;
- різні мовні картини світу, включаючи сприйняття часу та простору;
- комунікативна асиметрія;
- дія культурних стереотипів;

- розбіжності в ціннісних орієнтирах;
- незбіг культурно-мовних норм;
- відмінності пресупозиції й фонових знань;
- культурно-специфічні відмінності у приписуваних мовним одиницям конотаціях;
- неоднакове сприйняття гумору;
- відмінні комунікативні стратегії [58, с. 132-133].

Загальним підсумком до висловленої думки про тісний зв'язок між мовою та культурою, про їхній двосторонній вплив може стати образна цитата С. Баснета: “Мова – це серце в тілі культури, і саме їхня взаємодія забезпечує продовження життєвої енергії. Так само, як хірург під час операції на серці не може не звертати увагу на весь організм, так і перекладач ризикує, коли працює з текстом ізольовано від культури, що його породила” [145, с.14].

Тому ознайомлення з культурою інших народів не випадково вважається однією з найважливіших функцій перекладу. “Розкриваючи самотність і різноманітність культурних цінностей, звичаїв і традицій, переклади сприяють взаєморозумінню і взаємній повазі, збагачують культуру кожного народу, роблять великий внесок у розвиток мови й літератури, науки й техніки” [23, с.137-138]. При цьому “культурний компонент у перекладі присутній завжди; на практиці перекладач постійно стикається з “культурно забарвленими” контекстами навіть у найбільш тривіальних ситуаціях” [125, с. 75].

Це дає підстави говорити про включення культурної складової до поняття “перекладацька компетенція”, першим і головним компонентом якої повинно бути, на нашу думку, досконале володіння рідною мовою та знання рідної культури. Як вважає Т. Некряч, “необхідно бути надзвичайно добре обізнаним із власною культурою, аби вміти прокладати містки між нею і чужою культурою” [87, с. 36]. Окрім того, до змісту перекладацької

компетенції входить низка компонентів, серед яких: комунікативний, текстоутворюючий, професійно-технічний, прагматичний, стратегічний і морально-етичний. Невід’ємною складовою комунікативної компетенції є соціокультурна компетенція. Як стверджує Д. Муратов, формування соціокультурної компетенції як комплексу знань про цінності, вірування, поведінкові зразки, звичаї, традиції, мову, досягнення культури, які є властивими для певного суспільства та які його характеризують, відбувається у процесі соціокультурного виховання – залучення особистості до культури і традицій країни мови оригіналу, та навчання [82, с. 104].

Сутність роботи перекладача влучно передають слова російської письменниці Т. Толстої: “... Аж раптом мені повністю відкрилася складність каторжної праці перекладача, його подвиг, який практично нічим не винагороджується, мало ким цінується і є потаємним. Подібно до Адама він (перекладач), вимушений знову і знову давати імена речам, предметам, поняттям чужого саду, який таємно і пишно буяє за огорожею. Але сад змінюється, відцвітає, опадає, заростає і глохне, вислизає, перетворюється, відпливає кораблем від причалу і розчиняється в тумані, з нами ж залишаються лише неясні обриси вітрил та скрипіння снастей” [115].

Тобто беззаперечним є той факт, що перекладач повинен бути не тільки білінгвом, а й бікультурною особистістю. Бікультурну компетенцію перекладача Г. Вітте пояснює наступним чином: “Для того, щоб зробити можливою функціональну комунікацію між представниками різних культурних спільнот, перекладач повинен розумітися як на своїй власній, так і на чужій культурах” [246, с. 346]. При цьому перекладач є “культурним посередником” („cultural mediator“) [195, с. 7]. Д. Катан вимагає від представників названої професії знати географію, історію, політику, а також національних героїв та відомих особистостей культури оригіналу.

Однак транслятор повинен не лише добре знати особливості двох культур, без чого не можна уявити ні повного розуміння змісту оригіналу, ні

створення повноцінного перекладу, але й мати чітке уявлення про схожість та відмінності у знаннях, поглядах, традиціях та асоціаціях, притаманних представникам обох культурних спільнот [23, с.139-140]. Одночасно транслятор повинен усвідомлювати власну культурну ідентичність і те, наскільки остання може вплинути на інтерпретацію культури оригіналу. Тобто, для успішної роботи перекладача необхідною передумовою є чутливість до інтересів власної та до суті та змісту вихідної культури.

“Для того, щоб сприйняти чужу культуру, необхідно володіти здатністю до абстрагування і вміти змінювати перспективу”, - пише А. Якимчук [137]. Перекладач абстрагується від власних відповідних культурі ставлень та уявлень про цінності, спостерігає за чужою культурою в її неповторності й у порівнянні з власною та використовує спостереження і сприйняття в певній комунікативній ситуації відповідно до цілі та культури [137]. Тому транслятор виконує не лише роль мовного експерта, він виступає також і фахівцем із міжкультурної комунікації, який з одного боку, будучи першим реципієнтом, повинен інтерпретувати вихідне повідомлення в його оригінальному дискурсі, а з іншого боку, будучи вторинним адресантом повідомлення, повинен його повторно вербалізувати в цільовій мові. Усвідомлення перекладачем культурно-специфічних елементів, особливостей форми тексту, а також наявність відповідних знань щодо традицій мовної взаємодії та наявність соціокультурних знань свідчить про володіння транслятором культурною компетенцією.

Загалом процес перекладу охоплює три етапи, які переходять один в одного. Етап рецесії (Rezeptionsphase) вважається “етапом забезпечення розуміння тексту, причому культура охоплюється в текстах систематично” [163, с. 62]. У межах етапу передачі (Transferphase) відбувається розмірковування, “як слід передавати вихідні культурні елементи цільовою мовою” [163, с. 62]. На останньому етапі, етапі відтворення (Reproduktionsphase), відбувається нове оформлення тексту мовою оригіналу

[163, с. 62]. Таким чином, спочатку перекладач повинен наблизитися до тексту оригіналу, зрозуміти та обробити його, щоб потім наблизити його до реципієнтів мовою перекладу.

Хоча названу модель розроблено не спеціально для кіноперекладу, однак вона діє і для нього, оскільки саме при відтворенні кінофільму іншими мовами репрезентується культурна система, яку в перекладі обійти неможливо. Адже в умовах сучасної комунікації кінофільми займають провідне місце в культурному трансфері: “Для кінотексту більшою мірою, ніж для звичайного вербального тексту, притаманне втягування у процес міжкультурної комунікації. Кіно легко переступає межі культури, яка його породила, як у часі (від покоління до покоління), так і в просторі (від нації до нації)” [109, с. 9]. Таким чином, надання кінофільму новому реципієнтові, що передбачає зміну культурного середовища, спричиняє численні культурні трансфери.

А. Кастаньєда Діас називає сам кінофільм “культурним об’єктом, який сприймається через органи чуття” [150, с. 118]. На думку вченого, “кіно – ... це текст, який має свої способи відображення дійсності, які глядач відтворює за допомогою думки, вираженої в мові. З цієї причини воно [кіно] не припиняє бути культурним феноменом, який визначає, зміцнює та перетворює світогляд глядача. Вивчати кінотекст – означає вивчати культурно вагомий об’єкт, оскільки він закодований за допомогою специфічних елементів певної культури” [150, с. 119–120].

Важливий внесок у вивчення відтворення культурної специфіки у фільмах зробив Д. Делабастіта (“Translation and Mass-Communication. Film and TV Translation as Evidence of Cultural Dynamics”, 1988, 1994), який спеціалізується на двох сферах масової комунікації – кіно та телебаченні, та дотримується думки про те, що неможливо дослідити переклад фільму без культурного контексту, у який його вміщено. Д. Делабастіта зауважує, що

“дослідження перекладу фільмів... є необхідною складовою широкої програми аналізу “полісистеми” культури в цілому” [156, с. 211].

Відповідно до його поглядів фільм слід розглядати як цілісну культурну своєрідність, у межах якої під час відтворення окремих специфічних елементів завжди необхідно орієнтуватися на ціле. При цьому, звичайно, фільм як культурну своєрідність вихідною мовою. неможливо повністю перетворити на культурну своєрідність мовою перекладу. З цього приводу слушною є думка Г. Готліба: “Будь-який переклад є адаптацією оригінального повідомлення до культурного середовища мовної спільноти... Ані фільм, ані мову неможливо повністю передати з однієї культури іншою” [179, с. 269]. Перекладач фільму повинен чудово володіти не лише мовою оригіналу, а й бути обізнаним найкращим чином з культурою оригіналу. Врешті-решт він приймає рішення, як та якою мірою зробити зрозумілими для цільової аудиторії культурно-специфічні елементи. При цьому метою є не точний відповідник, а пошук рішення, яке “якомога точніше описує те, що задумано імпліцитно” [210, с. 72]. Розглядаючи переклад фільмів, Г. Фонг акцентує увагу на тому, що прихований підтекст також повинен передаватися у перекладі: “Перекладач повинен перекладати не лише те, що персонажі говорять, а й брехню, яка криється за їхніми словами” [165, с. 97].

На практиці перед перекладачем постає проблема, що робити з чужістю кінотексту. Чи повинен перекладач зберегти та перенести іноземну культуру у фільмі, або ж позбутися її екзотизму заради створення відчуття близькості для цільової аудиторії? На це питання поки що не існує загальноприйнятої відповіді, хоча в більшості випадків перекладач повинен іти назустріч вимогам цільової аудиторії та ринку [166, с. 1-25]. Таким чином, перекладач фільмів повинен сам оцінювати ступінь значущості кожного конкретного культурного елемента, а також те, як і якою мірою необхідно або бажано відтворювати його в тексті перекладу. При виборі тих чи інших культурних

імплікацій, які перекладач вважає релевантними для перекладу, важливо вирішити, для якої саме аудиторії призначається переклад.

Вихід АФ за межі дитячої аудиторії перегляду та за межі країни-виробника розширив також вживання візуально та вербально виражених культурних маркерів в анімаційному кінодискурсі. Завдання перекладача АФ полягає в тому, щоб упізнати культурно-специфічні елементи та правильно перемістити їх у цільову культуру – зберігши, замінивши, опустивши чи розтлумачивши їх. При цьому переклад АФ є, з одного боку, засобом культурного збагачення. Але з іншого боку – засобом чужого впливу, оскільки “перекладач, що береться за переклад, повинен враховувати і оцінювати можливі соціально-культурні наслідки пропагування чужих цінностей в національній культурі” [87, с. 34]. Адже у сфері аудіовізуального перекладу глобальне домінування американських фільмів та англійської мови на сьогоднішній день уже є даністю. Компанії-виробники та дистриб’ютори, які фінансуються у більшості випадків Сполученими Штатами Америки, представляють інтереси своїх спонсорів. Голівуд, своєрідний двигун західної кіноіндустрії, відображає та передає культурні моделі, які мають безпосередній вплив на інші мови та культури. З огляду на дану ситуацію, чи можна взагалі говорити про культурний “обмін”? І чи можна використовувати поняття “міжкультурний” для опису даного процесу? А можливо, суспільство зіткнулося з одновимірним потоком інформації та ідей, які надходять від метрополії до так званих “територій”? Адже культурна та економічна гегемонія США є цілком очевидною. Так званий “американський спосіб життя”, ринкова економіка та демократія стали символами американської культури. Завдяки кінематографу, поряд із іншими чинниками, по всьому світу поширюються американські цінності, які швидко переходять до категорії взірцевих, стандартних, універсальних цінностей. Дане явище часто трактується як ще одна форма колонізації. Тому перекладач, особливо перекладач АФ, несе відповідальність за міру та якість

цього культурного трансферу, бо його споживачами виступає та цільова аудиторія, котра найбільшою мірою піддається впливам, як ідейним, так і культурним, естетичним, мовним.

2.2 Культурно-специфічні елементи та їхнє відтворення в німецьких та українських перекладах анімаційного кіно

“Сучасні дослідження у сфері лінгвокультурології переконливо довели, що будь-який текст та будь-яке висловлювання є культурно обумовленими” [125, с. 79]. У свою чергу “різні рівні мови та одиниці, що до них належать, володіють різним ступенем культурної “наповненості” і культурної обумовленості” [10, с. 13]. Проблематика відтворення культурно-специфічних елементів при перекладі загалом розглядалася у працях О. Каде, К. Райс, Г. Геніга, П. Кусмауля, М. Снел-Горнбі, Г. Вітте, Г. Фермеєра та ін.

Що ж називається культурно-специфічними елементами та входить до цієї категорії? З точки зору культури-реципієнта культурно-специфічна інформація може виступати як нестереотипна, як така, що не відповідає змісту етнічної мовної свідомості реципієнта [98, с. 10]; як “сигнал специфічних реалій, процесів і станів, які суперечать узуальному досвіду носія тієї чи іншої мови (культури)” [112, с. 5]. Й. Альбрехт об’єднує під поняттям “культурна специфіка” наступні елементи: природні об’єкти, артефакти, соціальні інституції, манери поведінки, традиційне для колективу ставлення до речей, категорії досвіду та мислення, які є типовими для вихідної культури та невідомими або маловідомими в цільовій культурі [140, с. 11].

Однією з груп культурно-специфічних елементів вважаються реалії. Е. Маркштейн визначає реалію “як елемент(и) побуту, історії, культури, політики тощо певного народу, певної країни, місцевості, які не мають відповідника в інших народах, країнах, місцевостях” [202, с. 288]. В

українському перекладознавстві вагомий внесок у дослідження перекладу реалій зробила Р. Зорівчак. Під реалією як перекладознавчим терміном дослідниця розуміє “моно- і полілексемну одиницю, основне лексичне значення якої вміщає (в плані бінарного зіставлення) традиційно закріплений за нею комплекс етнокультурної інформації, чужої для об’єктивної дійсності мови-сприймача” [37, с. 58]. О. Чередниченко уточнює дане визначення, називаючи реалією “носія етнокультурної інформації, не властивої для об’єктивної дійсності мови-сприймача в даний історичний момент” [130, с. 189].

Окрім реалій, до культурно-специфічних елементів науковці зараховують акценти та діалекти, специфічні для певної культури міміку, жести та мову тіла, а також ідіоматичні словосполучення та гру слів як мовноспецифічні особливості певного культурного кола.

Р. Штольце розділила культурну специфіку як культурне неузгодження на три групи:

1. Реальне неузгодження: культурна специфіка тексту оригіналу є невідомою в цільовій культурі. Для відтворення КСЕ в перекладі дослідниця пропонує залишити позначення предмета, надане в оригіналі, а поряд надати пояснення.

2. Формальне неузгодження: КСЕ тексту оригіналу існує в цільовій культурі, хоча в іншому мовному втіленні, для відтворення культурної специфіки використовується заміна КСЕ на поняття з цільової культури.

3. Семантичне неузгодження: культурно-специфічна конотація слів, які при дослівному перекладі могли б викликати інші, навіть, небажані асоціації, а тому вимагають переформулювання [232, с. 391-392].

У фільмі культурно-специфічні елементи виявляються не лише в мові, а й у зображенні та звуці. Б. Шварц зараховує до цієї категорії наступні елементи: архітектурні елементи, широко відомі у вихідній культурі поп- та телезірки, історичні й політичні події та символи з політичним або

релігійним значенням [227, с. 7]. Таке заглиблення у соціокультурний контекст є одним із важливих чинників, на який науковці не звертають достатньої уваги у своїх дослідженнях. І хоча культурно марковані одиниці можуть бути певною мірою відомими для цільової аудиторії перекладу, нерідко вони не викликають тих конотацій, асоціацій та уявлень, які з'являються у глядачів оригіналу. Сукупності соціокультурних та історичних асоціацій, які поєднуються з певним концептом у реципієнтів певної етнокультури на конкретному історичному етапі Т. Некряч дала назву “асоціативного шлейфу” [86]. Як зазначає Ю. Чала, “ретельне відтворення “асоціативного шлейфу” допомагає наблизити картину світу першотвору до тієї, що складається у перекладі” [128, с. 123].

Тому перекладач кіно оцінює ступінь значущості кожного окремого культурного аспекту з точки зору його функції в кінофільмі та конкретній комунікативній ситуації, вплив його “асоціативного шлейфу” на комунікативний ефект, а отже те, як і якою мірою необхідно або бажано відтворювати його в тексті перекладу. У ході міркувань щодо того, як повестися з культурно-специфічними елементами, завжди слід брати до уваги активізацію фонових знань, яка відбувається автоматично у глядачів оригіналу. Тобто перекладач повинен не тільки впізнавати та розуміти культурно-специфічні елементи як такі, а й знаходити шляхи заміни, доповнення, розширення відповідних фонових знань, які активізуються у глядачів оригіналу, однак відсутні у глядачів перекладеного фільму.

Ф. Карамітроглу називає п'ять способів перекладу культурно-специфічних елементів: культурний трансфер, транспозиція, транспозиція з поясненням, нейтралізація (просте пояснення) та опускання [194]. Зі свого боку Р. Зорівчак виділяє дев'ять способів відтворення реалій: комбінована реномінація, дескриптивна перифраза, транскрипція (транслітерація), ситуативний відповідник, калькування, гіперонімічне перейменування

(генералізація), транспозиція на конотативному рівні, метод уподібнення (синонімічна заміна) і контекстуальне розтлумачення реалій [37, с. 92-150].

Зосереджуючись безпосередньо на подоланні проблем при перекладі фільмів, пов'язаних із культурною асиметрією, Б. Недергард-Ларсен пропонує шість способів перекладу: перенесення/ запозичення, прямий переклад, пояснення, перефразування, адаптація до цільової культури, опускання [212, с. 219].

Стратегії для відтворення культурно маркованих елементів у сфері кіно запропонував також Т. Томашкевич, який вважає, що немає неперекладних культурно-специфічних понять. Учений пропонує наступні стратегії:

1. Вилучення, унаслідок якого так само опускається й посилання на культуру.
2. Буквальний переклад у випадках, коли значення культурно-специфічного елементу в тексті перекладу відповідає оригіналу настільки близько, наскільки це можливо.
3. Запозичення, коли оригінальні поняття вихідного тексту використовуються в цільовому тексті.
4. Еквівалент, якщо переклад має однакове значення та функцію в культурі реципієнта.
5. Адаптація, коли переклад підлаштовано під цільову мову та культуру через намагання викликати ті самі конотації, що й оригінал.
6. Заміна культурного поняття дейктичним, зокрема у випадку, коли перше супроводжується жестом на екрані або іншою візуальною інформацією.
7. Генералізація, яку можна вважати нейтралізацією оригіналу.
8. Пояснення, яке для тлумачення культурного поняття включає перефразування [235, с. 223-227].

На нашу думку, пояснення як спосіб відтворення культурно-специфічних елементів при перекладі кінодискурсу є швидше винятком – через обмеження, що накладаються на кінопереклад.

Г. Єрмилова вважає, що анімаційний дискурс становить взаємодію декількох культурних кодів, чії моделі та форми соціально та історично обумовлені [32, с.79]. Культурні явища, які використовуються в сучасних американських АФ, М. Юрковська поділяє на три групи:

- 1) *ключові для американської нації та менталітету* (вони асоціюються із західною культурою чи політикою);
- 2) *загальнолюдські* (водночас вони є актуальними для пересічного американця);
- 3) *“випадкові”* (казкові, фольклорні, кінематографічні штампи чи концепти), які штучно вводяться у сюжетну канву твору, спрямовані на досягнення більшого розважального ефекту [136, с. 274].

На основі аналізу матеріалу ми виокремили класи культурно-специфічних елементів із лексико-семантичними групами, які відіграють важливу роль у ході перекладу фільмів. Серед них: оніми, реалії (одиниці довжини та ваги, кухня, автомобільна індустрія), а також пісні та поезія.

2.2.1 Оніми – носії культурної специфіки. Власні назви або оніми – це індивідуальні найменування окремих одиничних об'єктів. Український мовознавець М. Кочерган зазначає, що власні назви на відміну від загальних слугують для виділення названого ними об'єкта з низки подібних з метою його індивідуалізації та ідентифікації [50, с. 186]. Науковець подає детальну класифікацію ономастичної лексики, якою ми керуватимемося в подальшому аналізі: 1) антропоніми – імена людей; 2) топоніми – географічні назви; 3) теоніми – назви божеств; 4) зооніми – клички тварин; 5) астроніми – назви

небесних тіл; 6) космоніми – назви зон космічного простору і сузір'їв; 7) хрононіми – назви відрізків часу, пов'язані з історичними подіями; 8) ідеоніми – назви об'єктів духовної культури; 9) хрематоніми – назви об'єктів матеріальної культури; 10) ергоніми – назви закладів, товариств, організацій тощо; 11) гідроніми – назви водоймища (річки, озера, моря, болота); 12) етноніми – назви народів, етнічних груп [50, с. 28].

Український перекладознавець А. Гудманян виокремив п'ять основних способів, за допомогою яких чужомовні власні назви можуть включатися в текст перекладу, серед яких:

1) трансплантація, під якою автор розуміє безпосереднє включення чужомовної назви з оригінальною графікою в текст перекладу з іншою графікою; 2) залучення додаткових букв та позначок, якщо звичайних засобів письма мови реципієнта недостатньо; 3) транслітерація – автоматична заміна чужомовної назви буквами мови, що запозичує; 4) переклад; 5) практична транскрипція [20, с. 62]. При цьому, на думку А. Гудманяна, трансплантація та залучення додаткових букв і позначок є непридатними для відтворення іншомовних онімів засобами української графіки [20, с. 62], хоча німецькі перекладачі досить часто вдаються до повного фонетичного та графічного збереження оригінальних англомовних онімів; підтвердженням цьому слугує практична частина дослідження.

Зазвичай власна назва сприймається як найконкретніша з усіх можливих типів назв, значною мірою позбавлена сигніфікативного змісту [113, с. 10–20]. Як вважає П. Ньюмарк, власні назви передають енциклопедичну інформацію, не маючи ні семантичного значення, ні додаткових конотацій, тому вчений відносить їх до класу безеквівалентної лексики, яка не потребує перекладу. Найоптимальнішим способом перекладу власних назв дослідник вважає передачу/ перенесення (transference) слова за допомогою відтворення його графічної чи звукової оболонки [213, с. 70].

Ми, однак, не можемо повністю погодитися з наведеним твердженням. Так, провідною в АФ є номінативна функція онімів, адже власні назви у тексті слугують насамперед для ідентифікації героїв та об'єктів “анімаційної” дійсності. Проте оніми, виступаючи в певному контексті, можуть також виконувати семантичну функцію, за якою власна назва кваліфікує характер носія, що в мультфільмах представлено низкою промовистих імен, де конотативний компонент значення оніма виступає на перший план. Нерідко власні назви мають комунікативно-прагматичну скерованість та передають національно-мовний колорит. Таким чином, уплітаючись у сюжетну канву АФ, оніми несуть у собі додаткові функції, що виходять за межі їхнього безпосереднього контекстного оточення. Тому під час створення іншомовних версій АФ перекладач повинен урахувати позатекстову інформацію, яку містять власні назви, та, відповідно, знаходити оптимальні засоби для передачі такої інформації при перекладі.

На основі класифікації ономастичної лексики М. Кочергана та відповідно до її наявності в текстах сучасних американських АФ ми виокремили наступні лексико-семантичні групи онімів: антропоніми, зооніми, топоніми, гідроніми, ідеоніми, ергоніми та хрононіми.

Антропоніми та зооніми

Імена персонажів

Оскільки персонажами АФ можуть бути як люди, так і персоніфіковані герої, які часто є представниками світу тварин або результатом вигадки авторів анімації, ми не вдаватимемося до розподілу імен персонажів між антропонімами та зоонімами. М. Юрковська в ході свого дослідження з'ясувала, що попри казково-фантастичні сюжети імена основних та другорядних персонажів у сучасних АФ є наближеними до пересічних, часто вживаних імен, хоча раніше перевага надавалась екзотичним, надреальним іменам або взагалі обходилося без них [136, с.28].

Антропоніми, на думку О. Паламарчука, у процесі передачі засобами іншої мови переважною більшістю перекладачів транскрибуються, значно рідше – перекладаються і менш за все – транслітеруються [90, с. 398-401]. Якщо ми звернемося до перекладу імен персонажів у мультфільмах українською мовою, то вони й насправді зазвичай транскрибуються, причому в субтитрах використовується українська графіка, тоді як імена осіб у німецьких перекладах і вимовляються, і пишуться англійською, тобто в даному разі мова йде про “трансплантацію” (за А. Гудманяном). Порівняймо: Чук – *Chick*, Мак – *Mack*, Саллі – *Sally*, Лізі – *Lizzie*, Док Хадсон – *Doc Hudson*, Шрек – *Shrek* та ін. Заради наближення до рідної аудиторії українські перекладачі використовують метод часткового калькування так, наприклад, головний герой мультфільму “Тачки” *Lightning McQueen* зветься *Блискавка МакКвін*, а персонаж із АФ “Тримай хвилю!” на ім’я *Big Z*, відповідно, – *Великий Зі*.

Окрім того, вітчизняні транслятори перекладають імена, якщо є відповідники українською мовою. Німецькі ж перекладачі розраховують, що навіть глядачі наймолодшої вікової категорії добре володіють англійською мовою, що, на нашу думку, абсолютно невиправдано:

| | | |
|--|---|---|
| <p><i>Thunder? What's he talkin' about, "Thunder"? – You know, cos thunder always comes after lightning [256, 00-10-41].</i></p> | <p>Який “Грім”? Що він таке говорить? – Ну, відомо, що грім завжди йде після блискавки.</p> | <p><i>Thunder? Warum Thunder? – Weil der Donner immer nach dem Blitz kommt.</i></p> |
|--|---|---|

В українському перекладі спостерігається також заміна одного імені, наданого за певною характеристикою персонажа, на ім’я, яке вказує на іншу особливість героя (так, наприклад, авто для поливу червоного кольору в оригіналі зветься *Red*, а в перекладі українською *Шланг*). У німецькому перекладі зберігається ім’я *Red*.

Українські перекладачі використовують метод транспозиції імені з ресурсів української мови, що посилює гумористичний потенціал діалогів. Тому в україномовних версіях американських АФ замість *Doreen* з'являється *Галя*, а *Steve* та *Ed* зветься, відповідно, *Степан* та *Едік*.

При цьому український перекладач Ф. Сидорук одомашнює не лише імена головних персонажів АФ, а й прізвиська тварин, які згадуються мимохідь, без указівки на характерні риси анімаційний героїв, що ми спостерігаємо в перекладі дитячої пісні:

| | | |
|--|---|--|
| <i>There was a farmer had a dog and Bingo was his name... [255, E3, 00-05-52]</i> | <i>Жив на світі дядя, у нього песик був Кусюк...</i> | <i>Der Farmer hatte mal einen Hund und Bingo war sein Name.</i> |
|--|---|--|

Збереження німецькими перекладачами в переважній більшості випадків (85%) антропонімів в оригінальному вигляді та звучанні можна пояснити тим, що більшість німецьких глядачів володіє англійською, тому слова англійського походження не заважають розумінню повідомлення. Але, на нашу думку, при перекладі кіно не можна керуватися принципом вкладання у працю найменших зусиль через те, що німецький глядач, на думку перекладача, швидше за все зрозуміє вихідне повідомлення, а й намагатися зробити так, щоб персонажі на екрані заговорили рідною для реципієнта мовою. В іншому випадку діти, зокрема, німецькі, звикають до домінування та побутування англіцизмів.

Однак слід відзначити майстерність як українських, так і німецьких перекладачів, коли мова йде про відтворення промовистих імен, навколо яких застосовано гру слів:

| | | |
|--|--|--|
| <i>Mater? – Yeah, like “tuh-mater” but without the “tuh” [256, 00-27-20].</i> | <i>Сирник? – Так, Сирник – це Буксирник, тільки без “бук”.</i> | <i>Huck? – Ja, praktisch so wie “Hauruck”. Bloß ohne “aur”.</i> |
|--|--|--|

Причому в перекладах обома мовами гру слів відтворено з огляду на візуальну характеристику персонажа (Рис. 2.1), тому відеоряд є невід’ємним допоміжним засобом перекладача кіно.



Рис. 2.1

Відомі особи

Кожне суспільство виділяє певне коло видатних персоналій, відомих як у його межах, так, інколи, і поза його межами, поширення визнання цієї особистості може відбуватись і в певних соціальних або професійних колах. Відомість особистості пов’язана з певною інформацією про неї, яка, своєю чергою, асоціюється з певним антропонімом; це дозволяє вживати цей антропонім без певних пояснень [133, с. 116].

Однак імена персоналій, популярних для вихідної аудиторії, часто є невідомими для іншомовної спільноти. З цим явищем ми зіткнулися в ході аналізу перекладу таких рядків:

| | | |
|--|---|--|
| <i>Oh, a Gary Larson calendar. I don't get it [255, E4-02-12].</i> | <i>О, календар з Петросяном. Не смійно.</i> | <i>Oh, ein Karikaturenkalender! Versteh ich nicht.</i> |
|--|---|--|

Гаррі Ларсон – відомий американський карикатурист, з-під олівця якого вийшов не один календар з карикатурами. Однак відомим він залишається в Америці, чого не можна сказати про Україну чи Німеччину. Саме тому для відтворення змісту вихідного висловлювання перекладачі

вдаються до прагматичної адаптації. Американський комік став для українського глядача гумористом Петросяном, тобто, відбулася повна заміна референта аналогом з метою викликати схожу реакцію. У німецькому ж перекладі взагалі відсутня згадка про ім'я: перекладач використав прийом узагальнення, відтворивши при цьому лише суть повідомлення.

Наступний приклад свідчить про запозичення українським перекладачем культурного концепту оригіналу з розрахунку на те, що ім'я американського автогонщика італійського походження – чемпіона Формули-1 **Маріо Андретті** – є відомим у всьому світі. Однак через те, що часи виступів гонщика на Формулі-1 закінчилися ще на початку 80-х років, на нашу думку, для сьогоденної аудиторії перегляду АФ це ім'я невідоме. Тому рішення німецького перекладача замінити ім'я одного, відомого колись автогонщика, іменем іншого гонщика, відомого сучасній молоді, дозволяє відтворити комунікативний ефект оригіналу:

| | | |
|--|--------------------------------------|---|
| <i>Mario Andretti knows my name!</i> [256, 01-29-56] | Маріо Андретті знає моє ім'я. | <i>Mika Hakkinen weiß, wie ich heiße!</i> |
|--|--------------------------------------|---|

У ході аналізу перекладів АФ ми з'ясували, що українські перекладачі заради посилення експресії нерідко вдаються до одомашнення діалогів там, де культурний контекст оригіналу не має чіткого вираження. Так, радість персонажа від польоту на гелікоптері в оригіналі та перекладі передається словами:

| | | |
|--|-------------------------------------|---|
| <i>I'm happier than a tornado in a trailer park!</i> [256, 01-41-57] | Я щасливий, як Юрій Гагарін! | <i>Ich hab mehr Spaß als ein Tornado auf 'm Campingplatz.</i> |
|--|-------------------------------------|---|

У даному контексті український перекладач, на відміну від німецького, який досягнув лише семантичної адекватності, повністю відтворює емотивний вплив оригіналу, адже торнадо на Україні (так само, як і в Німеччині) – не таке поширене явище, як в Америці.

Топоніми та гідроніми

Географічні назви створюють тло, на якому розгортається дія фільму. “Оскільки основним призначенням топонімів є територіальна фіксація об’єктів, в уяві кожної людини певна географічна назва пов’язана з певним місцем та епохою. Цей просторовий розподіл топонімів дає їм можливість як представляти, так і зберігати значну культурну інформацію” [127]. Поселяючи героя за певною адресою, автор ніби розміщує його в особливому середовищі, тим самим нерідко визначаючи подальший розвиток його характеру і сам перебіг подій [22, с.84]. “В АФ географічні назви так само додають умовної матеріальності віртуальному світові анімафільму, дозволяють уявити територіальні межі подій та співвіднести їх з реальними. Географічні назви розраховані на алюзії на людський світ і функціонують як парафрази” [136, с. 28]. Ці культурно-специфічні елементи часто передбачають фонові знання, наявні у вихідної публіки, чого однак не завжди можна сказати про цільову аудиторію (особливо, якщо це – діти).

Пропонуємо зупинитися на детальному аналізі уривків, які містять географічні назви та гідроніми:

| | | |
|---|---|---|
| <i>My name's Cody Maverick, Shiverpool.</i> | <i>Я Коді із Крижанська, брате. А ти?</i> | <i>Ich bin Cody Maverick aus Buenos Eising. Und du?</i> |
| <i>You? – Dude, I'm from Lake Michigan</i> | <i>- Я з птахоферми у Гнилих Ставках.</i> | <i>Ich komme von Lake Michigan.</i> |
| <i>[261, 00-13-55].</i> | | |

Shiverpool – невелике озеро, укрите кригою, на якому живуть пінгвіни. Саму промовисту назву утворено за допомогою складання основ (“shiver” – з англ. “дрижання” (від холоду) та “pool” (“калюжа”, “озерце”). Якщо для глядачів оригіналу ця лексема сприймається не просто як географічна назва, а й містить у собі додаткові конотації, то просте транслітерування чи транскрибування українською чи німецькою мовою не передає змісту та стилістичного забарвлення висловлювання. Тобто, якщо топоніми, вигадані

автором, несуть змістове навантаження – певну характеристику, то перед перекладачем постає вимога відповідного перекладу. Такі назви не можна залишати не транскодованими: перекладач у цьому випадку повинен знайти красномовний відповідник із прозорою семантикою, представлений у необхідному топонімічному форматі. Тому “одомашнена” назва “Крижанськ” та влучний німецький неологізм “Buenos Eisig” (перший елемент якого частково відтворює значення промовистої назви, а другий – Buenos – дає вказівку на чужість топоніма) є адекватними виходами із ситуації. Однак, якщо в українському перекладі півень також “українізується” та “поселяється” перекладачем у **Гнилі Ставки**, у німецькій версії АФ він лишається жити на “**Lake Michigan**”, хоча, на нашу думку, німецький перекладач повинен був передати американську реалію принаймні калькуванням, що дозволить відтворити семантику географічної назви, хоча й лишить поза увагою конотативну складову.

Не менш цікавим виявилось рішення перекладачів, які традиційний для американців поділ міст на “вест- та іст-сайд” замінив типовим для українців поділом України загалом та її столиці, зокрема, на береги (Лівий та Правий), та типовим для німецької культури поділом міст на райони (Bezirk).

| | | |
|---|---|--|
| <i>That's Cookie Kwan. She's number one on the west side [255, E9-06-54].</i> | <i>Це – Кукі Кван. Вона найкраща на Лівому березі.</i> | <i>Das ist Cookie Kwan. Sie ist die Nummer 1 im Westbezirk.</i> |
|---|---|--|

На нашу думку, необхідність прагматичної адаптації в даному разі виникає тому, що в кожній мові існують назви певних об’єктів або ситуацій, з якими у носіїв вихідної мови пов’язані особливі асоціації. Якщо подібні асоціації не передаються або спотворюються при перекладі, то прагматичні потенціали текстів перекладу та оригіналу не збігаються навіть при еквівалентному відтворенні змісту. Прагнення досягти бажаного прагматичного ставлення до тексту перекладу зумовлює необхідність відповідної адаптації.

Топоніми в АФ стають об'єктами гри слів, яку відповідним чином необхідно відтворити в перекладі, що ілюструє наступний приклад:

| | | |
|---|--|--|
| <i>Guess things like this don't happen in Tiny-soda.</i> | <i>У твоїй Міні-Соді таких пригод не буває.</i> | <i>In Mini-Soda hättest du so was wohl kaum erlebt.</i> |
| <i>Tiny-soda? Wait, Minnesota [259, 01-01-34].</i> | <i>Міні-Сода? О, тобто Міннесота.</i> | <i>Mini-Soda? Oh, Mini-Soda, Minnesota.</i> |

Як бачимо, і вітчизняні, і німецькі перекладачі для збереження стилістичного прийому використали ідентичні омофони – лексичні одиниці, які звучать схоже, однак мають різне написання.

Навіть за відсутності посилання на культуру українські перекладачі для підвищення емоційності діалогів вводять до тексту АФ топоніми-маркери української культури:

| | | |
|---|--|--|
| <i>I tell you, I bet even the roads on the moon ain't this smooth [256, 00-45-48].</i> | <i>А ждiть, я скажу: в самому Києві нема таких дорiг!</i> | <i>Ich glaube, dass es nicht mal auf dem Mond so klasse Straßen gibt.</i> |
|---|--|--|

Оскільки якість дорожнього покриття в Україні є нагальною проблемою, то перекладач, апелюючи до неї, викликає потрібні асоціації та емоції в українського глядача.

Ідеоніми

До ідеонімів належать назви творів духовної діяльності людини, творів національної художньої літератури та культури [31, с. 11]. Оскільки об'єктом дослідження є специфічні для американської культури поняття, серед ідеонімів ми також розрізняємо назви зі сфери кіно, шоу-бізнесу та преси.

Американська кіноіндустрія та шоу-бізнес

Культурне життя США представлене низкою культурно маркованих елементів, носіїв американського колориту.

| | | |
|--|---|--|
| - What are you watching? | - Що це ти дивишся? | - Was siehst du überhaupt an? |
| - I thought I'd check out the Warner Brosers Network [255, E3-02-08]. | - Оце дивлюся Ворнер Бразерс . | - Ich will mal sehen, was Warner Brosers zu bieten hat. |
| I went through a five – year orgy of nonstop pills and booze with nothing to show for it but four Emmys and a Peabody Award [255, E3-02-36]. | П'ять років тривала моя безупинна оргія з наркотиками і випивкою. Який результат: якихось п'ять Еммі й один Оскар . | Ich habe eine Fünffjahresorgie hinter mir mit nonstop Pillen und Alkohol und es hat mir nichts zueignen gebracht als vier Emmys und eine Peabody-Auszeichnung . |

Американські кінокомпанії, а також премії та нагороди у сфері кіно та телебачення є частиною культурного життя всієї світової спільноти, однак деякі з них лишаються новими, наприклад, для пересічного українського глядача. Тому у “Сімпсонах” замість **Peabody Award** (Премії імені Джорджа Фостера Пібоді за видатний внесок у галузі мас-медіа) з’являється назва найпрестижнішої нагороди в кінематографі США – “**Оскар**”. У даному разі культурний контекст оригіналу збережено, хоча з заміною одного (невідомого для цільової аудиторії) поняття на інший американський культурний маркер, відомий для глядачів у всьому світі. Таким чином, змінюється реєстр чужості. Відповідь на запитання про те, чому “*four Emmys*” в оригіналі перетворилося на “*п’ять Еммі*” в українській версії АФ, на нашу думку, слід шукати в потребі укладання тексту кінодіалогів.

Оскільки в період появи на екрані анімаційного фільму “*Surf’s Up!*” значну популярність на території України здобув співочий конкурс “Фабрика зірок”, рішення українського перекладача – конкретизувати вихідне поняття

“*musical revue*” сприяє наближенню до української аудиторії та створенню додаткового комічного ефекту:

| | | |
|--|---|--|
| <i>I used to scout songbirds. Toucans for this musical revue in Brazil [261, 00-12-16].</i> | Раніше я відбирав співаків – туканів для бразильської “ Фабрики зірок ”. | <i>Früher habe ich Singvögel gekastet. Tucans für ein Musical in Brasilien.</i> |
|--|---|--|

Преса

“Засоби масової інформації з’являються у фрагментарній демонстрації анонсів теленовин, назв періодичних видань, сенсаційних заголовків газет, статей тощо” [136, с.29]. Український колорит у перекладених мультфільмах створюється завдяки перейменуванню назв американських газет, журналів тощо, які в німецьких перекладах відтворено без змін:

| | | |
|---|--|---|
| <i>- Is this MAD magazine?</i> | - Це журнал СКАЗ ? | - <i>Bin ich hier bei MAD magazine?</i> |
| <i>- No, it's Mademoiselle. We're buying our sign on the installment plan [255, E1-16-04].</i> | - Ні, “ Домашнє господарство ”. Маскуємося, щоб збільшити наклад. | - <i>Nein, das steht für Mademoiselle. Wir kaufen unser Firmenzeichen nämlich auf Raten.</i> |

Ергоніми

Загалом терміном “ергонім” позначаються назви державних, громадських і суспільно-політичних установ, організацій, промислових підприємств різних форм власності. Ця група власних назв “включає величезну кількість найменувань – від партій, товариств, заводів до кінотеатрів, кооперативів, магазинів, фірм тощо” [120, с. 80]. Нерідко у працях різних дослідників (Є. Отін, Б. Маторін, Н. Подольська) у визначенні цього поняття можна зустріти словосполучення “ділові об’єднання людей”, зокрема, у виробничій, науковій, політичній, культурній, спортивній та

інших галузях. Однак, на нашу думку, така конкретизація є зайвою, оскільки заклади освіти та різноманітні гуртки не можна кваліфікувати як “ділові”.

З огляду на наявність екстралінгвістичної інформації ця група онімів потребує особливої уваги під час перекладу АФ:

| | | |
|---|---|---|
| <i>All I remember about the last two months... is giving a guest lecture at Villanova. Or maybe it was a street corner? [255, E1-03-56]</i> | <i>Останнє, що я пам'ятаю, так це лекція, яку я читав у семінарії. Чи то була вулиця?</i> | <i>Einzig, woran ich mich in den letzten zwei Monaten erinnere, ist, dass ich an der Uni einen Gastvortrag gehalten hab Oder vielleicht war das an der Straßenecke?</i> |
|---|---|---|

Villanova – це доволі респектабельний у Філадельфії приватний університет, названий на честь Святого Томаса Віланови. Цей заклад є найстарішим католицьким університетом у межах чотирьох штатів Америки: Кентуккі, Масачусетц, Пенсільванія та Вірджинія. Його заснували у 1842 році на базі церкви Святого Августина та приходської школи Академії Святого Августина. Однак на сьогоднішній день програми навчання університету включають наступні напрямки: бізнес та управління, гуманітарні та природничі науки, охорона здоров'я та медицина, інженерна справа та технології, мистецтво та дизайн, інформатика та прикладна математика, педагогіка, комунікація та право. Наведення такого переліку напрямків навчання спрямовано на виключення можливості найменування університету як “семінарії”, що було здійснено в українському перекладі, адже семінарія – це навчальний заклад для підготовки християнського духовенства. Узагальнення поняття в німецькому перекладі, на нашу думку, не викривляє змісту оригінального повідомлення, тому є адекватним перекладацьким рішенням.

Однак не лише наявність глибоких фонових знань, а й відеоряд АФ допомагає відтворити у цільовій культурі ергонім, який часто є результатом

фантазії творців анімації. Так, ергонім *Cosy Cone Motel* відповідно до форми його будівель (Рис. 2. 2) було перейменовано на *мотель “Конус”*.



Рис. 2. 2

Хрононіми

Хрононіми, за визначенням С. Реммера, це “особливий розряд власних імен, кожне з яких називає події історії та явища культурного життя, побуту народу, співвіднесені з певним відрізком часу, який (завдяки цим подіям) став важливим моментом в історичному та культурному розвитку народу, людства в цілому” [103, с. 3].

Для того, щоб орієнтуватися в усіх назвах історичних подій, які відбулися декілька століть тому на території інших країн, необхідно мати значний багаж знань з даного предмету. Тобто повне “розкодування” інформації про важливу історико-культурну подію, зафіксовану в хрононімі, можливе лише за наявності фонових знань носія культури народу, до мови якого належить хрононім. Тому ця група слів, які містять позамовну інформацію, невідому для культури реципієнта, є плідним полем для прагматичної адаптації:

| | | |
|--|--|---|
| <i>When I had to learn about the Magna Carta, I made up a song. In 1215 at Runnymede, doo-dah, doo-</i> | <i>Коли я вивчала Полтавську битву, то склала таку пісеньку: Коли зустрілись Карл і</i> | <i>Als ich die Magna Karte durchgenommen habe, habe ich mir das Lied gebastelt. 1215 auf einer</i> |
|--|--|---|

| | | |
|--|---|---|
| <i>dah. In 1215 at Runnymede, doo-dah, doo-dah. The nobles and the king agreed. Oh, di-doo-dah-day...[255, E9-05-32]</i> | <i>Петро, дуда-дуда-да, то понсували один одному кров, дуда-дуда-дуй...</i> | <i>Wiese, du-da, du-da. Endete die Adelskönigskriese, di-du-da-dey...</i> |
|--|---|---|

Магна Карта (“Велика хартія вольностей”) — перша “неписана” конституція Англії. Здійснивши невелику історичну довідку, ми отримали наступне: 15 червня 1215 року англійський король Іоан Безземельний під натиском повсталих баронів, лицарів та городян, скріпив своєю печаткою Велику хартію вольностей, яка гарантувала права та привілеї феодалної знаті, надання свободи дій церкві, а також зобов'язувала короля дотримуватися державних законів. Однак до мультфільму не можна додати такий коментар у зв'язку з часовими та просторовими обмеженнями, тому українські перекладачі часто опускають історичні події з оригіналу та замінюють їх на історичні події, відомі для аудиторії перекладу (у даному випадку “Магна Карта” перетворюється на “Полтавську битву”). У німецькому ж перекладі історизм *Magna Carta* зберігається, що може призвести до нерозуміння змісту юними глядачами.

2.2.2 Підходи перекладача АФ до відтворення реалій

Одиниці довжини та ваги. Діти внаслідок своїх обмежених знань про навколишній світ дуже рідко орієнтуються в мірах довжини та ваги, відмінних від загальноживаних у суспільстві, до якого вони належать. Англійська система мір не є загальноживаною ні в українському, ні в німецькому суспільстві, навіть не кожен дорослий знає, скільки кілограмів у фунті або сантиметрів у футі. Тому використання у мові мультфільму таких звичних для англо-американської спільноти мір довжини та ваги, як

наприклад, *ярди, милі, фунти*, може стати для іншомовного глядача каменем спотикання, що призведе до появи труднощів у розумінні кінодіалогу.

У зв'язку з цим доречним є застосування перекладачами прийому прагматичної адаптації при відтворенні наступних рядків:

| | | |
|--|--|---|
| <i>Religion must stay 500 yards from science at all times... [255, E8-16-11]</i> | Релігії заборонено наближатися до науки ближче, ніж на 500 метрів ... | <i>Die Religion muss sich immer 500 Meter von der Wissenschaft entfernt halten...</i> |
| <i>Lightning McQueen is 100 feet from his Piston Cup! [256, 00-08-20]</i> | Мак-Квін за 30 метрів од Кубка Великого Поршня! | <i>Lightning McQueen fehlen noch genau 30 Meter bis zum Sieg.</i> |

У першому випадку й український, і німецький перекладачі перевели ярди (1 ярд становить приблизно 91 см) у метри, майже зберігши при цьому значення вихідної довжини. Відповідне перетворення системи мір спостерігаємо й у другому випадку: 1 фут дорівнює 0,3048 метра.

Однак, якщо в українських перекладах, зустрічається англійська одиниця довжини – миля, то німецькі перекладачі – більш послідовні: останні завжди подають милі в кілометрах або ж лишають лише числівник без відповідного іменника, перетворивши його відповідно до звичної системи мір:

| | | |
|---|---|---|
| <i>Fabulous? I never seen Doc drive more than 20 miles an hour [256, 01-06-02].</i> | Великий? Він не їздить більше, ніж 20 миль на годину. | <i>Wie bitte? Doc fährt nie schneller als 30, nicht mal bei Rückenwind.</i> |
| <i>You know I got a lotta miles on me, but let me tell you somethin'. I never thought I'd see anything like this [256, 01-29-12].</i> | Знаєш, Боб. Я намотав не одну тисячу миль , та такого ще не бачив. | <i>Tja, ich hab jetzt schon einige Kilometerchen auf der Uhr, aber ich hätte nie gedacht, dass ich so was je erleben würde.</i> |

Інколи українські транслятори не вдаються у деталі та не здійснюють точного перетворення вихідної маси, наведеної, наприклад, у фунтах, у кілограми:

| | | |
|--|---|---|
| <i>You'll never be Dragon Warrior unless you lose 500 pounds and brush your teeth... [258, 00-21-53]</i> | <i>Tu ne станеш воїном дракона, доки не скинеш сто кілограмів і не вмисшся...</i> | <i>Du wirst niemals Drachenkrieger, wenn du nicht abnimmst und dir die Zähne putzt.</i> |
|--|---|---|

Як бачимо, перекладач замість одиниці ваги “фунт”, що становить трохи більше 450 грамів, використав кілограми – одиницю ваги, знайому для кожного українця. Однак при цьому помилковою виявилася кількість кілограмів у перекладі: їх мало бути принаймні 200. Перекладаючи АФ німецькою перекладач вирішив узагалі опустити такі деталі, що веде до певних інформативних утрат.

Кухня як явище культури. Особливою категорією побутових реалій є лексика на позначення страв та напоїв. Кожна культура характеризується типовими для неї звичками у споживанні їжі та особливими для національної кухні стравами, які нерідко стають об'єктами адаптації. Досить поширеним у кіно є використання англо-американської лексики на позначення страв. Причому значна її кількість є близькою та зрозумілою для представників більшості країн у зв'язку з сьогодишнім розвитком індустрії швидкого харчування. Однак ті назви страв або прийомів їжі, які не є характерними для так званих “фаст-фудів”, не завжди сприймаються та розуміються юними глядачами. Тому перекладачі вдаються до пошуку відповідників у мові перекладу (*barbecue/ шашилик/ Grillwürstchen; potato salad/ Kartoffelsalat;*), адаптації вихідного поняття до ЦК (*potato salad/ олив'є*), пояснення невідомого КСЕ у відповідному контексті (*Lincoln Continental breakfast/ ранкова заправка безплатно/ Fläschchen Kühlflüssigkeit zur Begrüßung*), а

також до опускання КСЕ або натяку на нього (*cheese – Cordon bleu – with the mold on*):

| | | |
|---|---|---|
| <i>You guys like barbecue? [261, 00-44-45]</i> | Народ, як щодо шашлику ? | <i>Hey, wollt ihr ein paar Grillwürstchen?</i> |
| <i>And if you stay, we offer a free Lincoln Continental breakfast [256, 00-37-15].</i> | Якщо поселитесь, ранкова заправка у нас безплатно . | <i>Unsere Gäste erhalten ein Fläschchen Kühlflüssigkeit zur Begrüßung.</i> |
| <i>I'm Blue. Like the cheese with the mold on it [259, 00-16-48].</i> | Мене звали Блу . Як знаменитий сир , з пліснявою . | <i>Mein Name ist Blu. Weil ich blau bin.</i> |

Цікавим виявилось рішення перекладача, яке спирається на візуальну інформацію: герой мультфільму “Сімпсони” викидає банку з консервами, примовляючи:

| | | |
|--|---------------------------------------|---|
| <i>You call that prime rib? Be [255, E4-02-30].</i> | По-твоєму, це тушонка ? Бе. | <i>Fee. Das nennen Sie Filetschnitzel?</i> |
|--|---------------------------------------|---|

Prime rib – це спинна частина телятини, тобто шматок телятини. Якщо взяти до уваги те, що ця телятина продається у консервній банці, то русизм “тушонка”, який використано зі стилістичною метою, може у даному випадку вдало замінити англійське “prime rib”.

Однак інколи перекладачі, намагаючись адаптувати текст перекладу, забувають про наявні у мові перекладу відповідники:

| | | |
|--|---|---|
| <i>You said there'd be Fudg-icles, Bart. – First, it's a Fudgesicle [255, E5-13-50].</i> | Барт, ти обіцяв мені Ескіно . – По-перше, не Ескіно , а Ескімо . | <i>Du hast mir versprochen, da wird die Schockriegel. Zunächst mal heißt die Schockoriegel.</i> |
|--|---|---|

Fudgesicle – це охолоджений шоколадний десерт, шоколадне морозиво на паличці, відповідниками якого є українське “ескімо” (що й було

використано у перекладі) та німецьке “Stieleis”. Однак у німецькій версії АФ “шоколадне морозиво на паличці” перетворюється на “плитку шоколаду”/ “шоколадний батончик”, що призводить, на нашу думку, до невиправданого викривлення інформації за наявного в німецькій мові відповідника.

Набагато складніше відтворити назви страв та продуктів, якщо в культурі сприймача немає відповідників, які повністю відтворюють семантику вихідного КСЕ. Тоді перед транслятором АФ постає завдання відшукати в мові перекладу принаймні наближений до оригіналу відповідник:

| | | |
|---|--|--|
| <i>This is the life. The perfect marshmallow-to-cocoa ratio [259, 00-06-42].</i> | <i>Оце так життя. Досконале поєднання зефіру й какао.</i> | <i>So lässt es sich Leben. Die perfekte Marshmallow-Kakao-Mischung.</i> |
|---|--|--|

Маршмеллоу – улюблені солодощі американських дітей, які зазвичай п’ють какао разом із ним – користується також значною популярністю в Європі. Хоча нещодавно маршмеллоу з’явився на вітчизняному ринку, однак не завоював прихильність українських покупців. Зовні він нагадує міні-зефір, однак відрізняються від останнього за складом та смаком. У даному випадку апеляція перекладача до традиційних солодощів створює візуальний образ в уяві глядача ЦК, схожий на той, що з’являється в американських та німецьких глядачів (Рис. 2. 3):

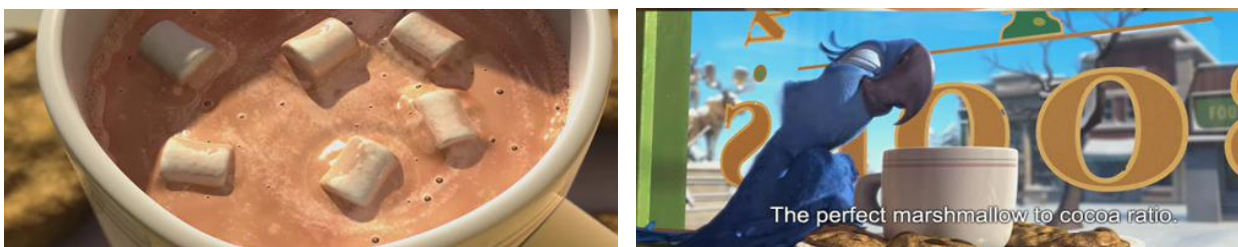


Рис. 2. 3

Об’єктами адаптації стають не лише назви страв, а й назви напоїв, традиційних для ВК (*soda can – Limodose*), причому концепти, якими

замінюють вихідний КСЕ, також можуть належати до культури оригіналу (*soda can* – *Кола*), однак унаслідок глобалізаційних процесів вони є поширеними й у ЦК:

| | | |
|--|---|---|
| <i>I'm gonna pop that cage open like a soda can!</i> [259, 00-13-50] | <i>Я відчиню цю клітку, неначе банку Коли.</i> | <i>Den Käfig mach ich platt wie eine Limodose!</i> |
|--|---|---|

Через подвійну цільову орієнтованість американських АФ, у діалогах анімаційних персонажів з'являються назви алкогольних напоїв:

| | | |
|---|--|---|
| <i>And Fuzzy Navels for all my friends! [260, 00-15- 21]</i> | <i>I нінаколаду подати моїм друзям!</i> | <i>Und einen Kullerpfirsich für alle meine Freunde hier!</i> |
|---|--|---|

Fuzzy Navel – це алкогольний коктейль на основі персикової горілки та апельсинового соку, однак напій під такою назвою невідомий ні в українській, ні в німецькій цільових лінгвокультурах. Тому перекладачі вдалися до заміни вихідного культурного концепту: в українській версії “Шрека-3” використано також назву американського, однак поширеного на сьогоднішній день і серед української молоді, коктейлю. **Пінья Колада** (хоча в українській та російській мовах укорінилася викривлена назва – “Піна Колада”) – традиційний карибський алкогольний напій на основі ананасового соку, кокосового молока та рому. Як бачимо, у даному випадку відбулася зміна реєстру чужості. Німецькі перекладачі, зі свого боку, замінили вихідний культурний концепт на традиційне для власної аудиторії поняття. **Kullerpfirsich** – це оригінальний алкогольний напій, для приготування якого використовується персик, попередньо проколотий виделкою з усіх сторін, який заливається охолодженим шампанським. При цьому в уяві американських, українських та німецьких глядачів постають три різні образи, об’єднані, однак, належністю до категорії алкогольних напоїв.

Автомобільна індустрія в різних лінгвокультурах. Тема любові американців до своїх авто та їхньої залежності від останніх розкривається в АФ “Сімпсони” та “Тачки”. Так, недолугість Гомера Сімпсона, який дорогу машину для перегонів заправляє дешевим бензином, підкреслюється в наступному уривку:

| | | |
|---|---------------------------------|-------------------------------------|
| <i>That smells like regular.</i> | <i>Пахне 92-им, а їй</i> | <i>Das riecht ja nach</i> |
| <i>She needs premium!</i> | <i>потрібен 95-ий.</i> | <i>Normalbenzin, und sie</i> |
| <i>[255, E9-10-25]</i> | | <i>braucht Super!</i> |

Як бачимо, в оригіналі йдеться не про 92-ий бензин, а “звичайний” (тобто той же 95-ий, але не преміум). Оскільки останнім часом в Україні з’явилася велика кількість назв на позначення бензину екстракласу, на нашу думку, доцільним було б використати, наприклад, такі назви, як “мустанг” або “пульс”.

Вагомим прошарком культурно-специфічної лексики є назви автомобілів. У ході аналізу з’ясувалося, що українські перекладачі не мають єдиної стратегії відтворення назв іноземних автомобілів: вони однаковою мірою зберігаються у тексті перекладу чи адаптуються; у німецьких перекладах зберігається 95% вихідних назв. Дуже рідко перекладачі опускають такі назви: якщо елімінування компенсується відеорядом (Рис. 2.4); або використовують узагальнення поняття (у даному випадку – із додаванням епітету):

| | | |
|--|---|---|
| <i>How does a Porsche wind up in a place like this? [256, 01-07-16]</i> | <i>Чуєш, не збагну, яким вітром тебе занесло у це село?</i> | <i>Was verschlägt so einen schicken Sportwagen in eine Ecke wie die?</i> |
|--|---|---|



Рис. 2.4

При відтворенні назв іноземних автомобілів, які не користуються популярністю в ЦК, українські та німецькі перекладачі намагаються замінити їх більш відомими марками або моделями, повністю відтворюючи прагматичний потенціал вихідного тексту. При цьому “чуже невідоме” часто замінюється на “чуже”, але відоме у ЦК:

| | | |
|---|---------------------------------------|--|
| <i>I fell in love... – Corvette?</i> [256, 01-08-06] | <i>Я закохалась?.. – Якийсь мерс?</i> | <i>Ich hatte mich verliebt... – In einen Cabrio?</i> |
|---|---------------------------------------|--|

Своєю чергою, введення до тексту перекладу назв вітчизняних автомобільних брендів перекладач використовує з метою надання негативної характеристики:

| | | |
|--|---|---|
| <i>I met this car from Swampscott</i> [256, 00-13-49]. | <i>Я знав колись одну Ладу, таку іржаву, що ї міні не кидала.</i> | <i>Ich traf mal einen Wagen aus Chatanooga.</i> |
|--|---|---|

2.2.3 Робота кіноперекладача з пісенно-поетичним матеріалом.

“Майстерність автора і перекладача текстів для музичних творів – це особлива майстерність, майстерність вищого гатунку, яка має свою складну специфіку” [54]. По-перше, потрібно дотримуватися законів поетичного перекладу, тобто зберігати ідейну спрямованість, образність, основний зміст оригіналу.

При цьому головною відмінністю між перекладом віршів та пісень є наявність музики, яка, з одного боку, прикрашає твір, а з іншого – ускладнює процес його написання та перекладу. Як відзначають науковці, “музика є своєрідним обмеженням, яке змушує перекладача у будь-якому випадку зберігати мелодію оригіналу” [7, с. 33-34]. Таким чином, друга проблема полягає у збереженні тісного зв’язку між словом та музикою: перекладач повинен враховувати не тільки зміст і ритм вірша, а й ритм музики, музичні кульмінації, уміти підбирати необхідні голосні для високих нот.

По-третє, створення іншомовного варіанту пісні повинно керуватися прагненням передачі загального змісту та музично-емоційного настрою, а не намаганнями словесно якнайточніше перекласти оригінал.

Таким чином, при відтворенні іншомовних пісенних композицій перед перекладачем постає низка вимог, які він зобов'язаний задовольнити: 1) зберегти мелодику вокалу; 2) дотриматися рими; 3) правильно зрозуміти та відтворити образність першотвору.

О. Борисова та А. Довгопол пропонують низку прийомів для відтворення тексту пісень іншими мовами:

- як для віршів, так і для пісень характерна інверсія;
- для збереження образу в пісні можна залишати лише два або одне найголовніше слово, яке допомагає зрозуміти цілісну картину пісні;
- зберігаючи образ оригіналу, можна змішувати декілька рядків, які характеризують один образ, і описати його, використовуючи ті самі характеристики, однак міняючи їх місцями в межах цих рядків [7, с. 33].

В АФ досить часто з'являються пісні: популярні американські та нові, створені авторами фільмів. При цьому тексти популярних музичних творів перекладачі переважно залишають без змін з розрахунку на те, що глядачу є відомою пісня саме в оригіналі – англійською мовою (у кожному з аналізованих АФ лунало в середньому по 8 пісень, однак переважна більшість їх прослуховується в кінці мультфільму, коли на екрані з'являються титри). Проте ми наведемо приклад вдалого відтворення англomовного пісенного матеріалу українською та німецькою мовами:

| | | |
|---------------------------------------|----------------------------|----------------------------------|
| <i>I like to move it, move it!</i> | <i>Я хочу руху-руху!</i> | <i>Ich liebe tanzen, tanzen.</i> |
| <i>He likes to move it, move it!</i> | <i>Він хоче руху-руху!</i> | <i>Er liebt tanzen, tanzen.</i> |
| <i>She likes to move it, move it!</i> | <i>Їй треба руху-руху!</i> | <i>Sie liebt tanzen, tanzen.</i> |
| <i>We like to? Move it!</i> | <i>Ми хочем... руху!</i> | <i>Wir lieben... tanzen!</i> |

З іншого боку, авторська пісня, розуміння змісту якої є важливим у загальному контексті (наприклад, для відтворення колориту деяких міст чи

країн) потребує обов'язкового перекладу. З точки зору музичного оформлення найкращим ми вважаємо АФ "Rio", при відтворенні пісень якого українські та німецькі перекладачі зуміли передати образність, ритмомелодику та веселий настрій оригінальних пісенних текстів, що можемо підтвердити, наприклад, уривком із пісні "**Real In Rio**" та її українською та німецькою версіями:

| | | |
|--|--|--|
| <i>All the birds of the feather Do what we love most of all Moon and the stars, strumming guitars That's why we love Carnival Loving our life in the jungle Everything is wild and free Never alone, cause this is our home Magic can happen for Rio In Rio, all by itself (by itself) You can see it coming You can't find it anywhere else</i> | <i>Ми, птахи, нір'я маєм. Робимо все, що бажаєм. Місяць, зірки дані лиш вам Любимо всі карнавал. Любимо жити у джунглях. Вільний і дикий світ. Ти – не один, всі джунглі наш дім. Мрії збуваються в Ріо, це Ріо, самі по собі, по собі І звідки береться, Такого немає ніде.</i> | <i>All die Vögel des Dschungels Treffen sich zum Festival Tanz und Musik, Spaß wie verrückt Hoch lebe der Karneval! Toll ist das Leben im Dschungel Alles ist wild und zu frei Bist nie allein Wir sind hier daheim Wunder geschehen in Rio, nur Rio Ganz von allein, von allein Das muss man erleben Das gibt's nirgends sonst auf der Welt</i> |
|--|--|--|

Таким чином, пісні та поезія є невід'ємною складовою американської анімації. З її допомогою створюється відповідний настрій перегляду, який транслятор обов'язково повинен передати в іншомовній версії мультфільму.

У контексті введення в текст АФ пісенного матеріалу та поезії, слід зазначити, що інколи перекладачі мультфільмів українською мовою створюють переклади з абсолютно відмінними від оригіналу діалогами. Це зумовлено передусім тим, що українські транслятори намагаються зробити мову персонажів більш експресивною, посилити гумористичний ефект, щоб укотре підкреслити те, що фільм створено з розважальною метою. У зв'язку з цим Ф. Сидорук при перекладі “Сімпсонів” надзвичайно часто звертається до використання української поезії та пісень, на які, звісно, у тексті оригіналу відсутній жоден натяк. Так, звичайне звертання до матері (*Mother*) звучить, як: “*Рідна ти мати моя...*”. А похід до туалету замість “*Pe-pe-pe-tam-tiar-at*” супроводжується словами із пісні: “*Ой, водо-водограй, грай для нас грай...*”. Своєю чергою слова з пісні американської співачки Сюзан Вега (“*My name is Luca, I live on the second floor*”) перетворюються на слова з поезії Тараса Шевченка: “*Рече та стогне Дніпр широкий...*”. Звичайно, адекватність такого перекладу дискусійна. Саме в цьому випадку можна говорити про те, що адаптація переходить межі суто перекладу. Однак Ф. Сидорук прагне таким чином наблизитися до української аудиторії та створити враження, ніби фільм створено спеціально для неї.

2.3 Стратегії одомашнення, очуження та нейтралізації при відтворенні культурної специфіки анімаційних фільмів

Якщо не зупинятися лише на перекладі з точки зору лінгвістики, а й прагнути охопити культурний трансфер у загальному розумінні, необхідно виокремити особливі стратегії, які використовуються перекладачами для відтворення культурно маркованих елементів. Учені, які повністю спираються на праці Л. Венуті та його розподіл перекладацьких стратегій на стратегії доместикації (*domestication*) та фореїзації (*foreignization*) [237-238], використовують різні терміни на позначення окреслених понять: переклад-

очуження/ переклад-одомашнення [94]; натуралізація/ “іноземність” [104], target-oriented / source-oriented [13], exoticism / assimilation [219] тощо. Ми виокремлюємо три стратегії перекладу: “одомашнення”, “очуження” та “нейтралізація”.

1) Переклад-одомашнення (domestication, naturalisation) замінює елементи вихідного тексту, які є специфічними елементами культури оригіналу, елементами цільової культури: “переклад асимілює текст оригіналу до контексту культури адресата” [137]; мова при цьому спрощується та стає близькою до культури реципієнта: назви речей та звичаїв, які є чужими, замінюються на місцеві еквіваленти. “Натуралізація, стираючи культурні грані, продукує дози іноземного, які легше вбираються, та з комерційної точки зору, краще споживаються” [165, с. 58]; при цьому створюється світ, який значно відрізняється від того, який зображено в оригіналі). Переклад-одомашнення є реакцією на очікування публіки, яка вимагає створення продукту спеціально для неї. Стратегію одомашнення також можна назвати стратегією заміни культурних концептів (cultural filter) [189, с. 146], (cultural substitution) [143, с. 243]. Практичний матеріал найкращим чином ілюструє особливості одомашнення КСЕ в сучасних АФ:

*Oh, no, no, no! The **George Raft** look is dead. I want an **Audie Murphy**!* [255, E17-04-26]

*Instead of time-tested jokes about women drivers and doctor bills you got some big-chin schlub reading typos from **the Palukaville Post*** [255, E15-13-53].

*You guys were like fire and ice! Thunder and lightning! Hip and hop! **Cheese and sprinkles!** It's a Minnesota thing* [259, 00-55-02].

*Ні, ні, ні, ні! **Котовський** уже не в моді! Давай під **Чанаєва!***

*Замість перевіреного часом гумору про жінок за кермом і лікарів, якийсь жирдос цитує помилки з газети “**Вечірня Кацанетівка!**”!*

*Ви наче вогонь і лід! Грім і блискавка! Хіп і хоп! **Вареник і сметана!** У нас вдома така мода.*

*Okay, I see a **Dutch fudge torte** with cinnamon swirls! [260, 00-43-57]*

*What I am talking about is you, me, my cousin's boat, an ice **cold pitcher of mojitos** and two weeks of nothing but fishing [260, 00-24-21].*

*Don't talk to me about nature. I watch "**Animal Planet**" [259, 00-33-33].*

*Ну, я бачу великий "**Київський торт**" з завитками!*

*Я б Вам радив, щоб Ви, я, мого брата човен, **дипломатик коньяку** – і на два тижні на рибалку.*

*Erzähl du mir nichts von der Natur. Ich seh regelmäßig „**Im Reich der wilden Tiere**“.*

Таким чином, в АФ, які належать передусім до комедійного жанру, вибір перекладацької стратегії одомашнення допомагає реалізувати розважальну функцію сучасної американської анімації, передаючи прагматику оригіналу.

2) Переклад-очуження (foreignisation) орієнтований на культуру оригіналу, намагається передати специфічні культурні елементи тексту оригіналу як такі; завдяки такому перекладу глядачі отримують уявлення про іншу культуру. Форенізація надає перевагу вихідній культурі та викликає відчуття несхожості, наголошуючи на іноземній природі фільму. Як зазначає В. Демецька, якщо перекладач ладен пожертвувати інтересами своєї аудиторії, наприклад, з тим, щоб ознайомити її з чужою культурою або з тим, щоб поміняти настанови своєї аудиторії, він удається до репродукції з метою зламати свої стереотипи [26, с. 59]. При цьому слід розрізняти характер очуження: за допомогою даної стратегії відтворюються як невідомі, так і відомі у цільовій культурі маркери культури оригіналу.

Стратегія очуження КСЕ при перекладі АФ відображається у наступних прикладах:

*It's wall-to-wall landmarks! **The Williamsburg Bridge, Fourth Avenue, Governors Island...** [255, E1-07-33]*

*Die Stadt ist die einzige Sehenswürdigkeit! **Der Williamsburg Bridge, die vierte Avenue, Governors***

*Oh, no, no, no! The **George Raft** look is dead. I want an **Audie Murphy!** [255, E17-04-26].*

*Your vehicle is illegally parked at **One World Trade Plaza** [255, E1-08-29].*

*Hello, pretty bird. So kind of you to join our little **soirée** [259, 01-15-14].*

*I have come **6000 miles** looking for him [259, 00-07-50].*

Island...

*Oh, nine, nine, nein! Der **George-Raft-Look** ist out. Ich will aussehen wie **Audie Murphy!***

*Ihr Wagen ist unvorschriftwiesig geparkt vor der Nummer 1 **World Trade Plaza.***

*Привіт, пташечко. Як приємно бачити, що ти завітав до нас на **суаре.***

*Шість тисяч **миль** я здолав заради нього.*

При цьому специфічні для американської культури елементи в німецьких версіях АФ переважно трансплантуються (***Williamsburg Bridge, Governors Island, George-Raft-Look, World Trade Plaza***) та лише інколи передаються шляхом часткового калькування (***die vierte Avenue***). Застосування стратегії очуження, як бачимо, є стимулом до когнітивного пошуку глядача американських АФ, який вимагає від останнього додаткових когнітивних зусиль.

При цьому не можна забувати про те, що явища чужої культури можуть сприйматися німецькомовним глядачем лише тоді, коли “вони мають певні точки перетину з рідною культурою або історією або з тим запасом знань і фонові інформації (іноді досить великим)”, [41, с. 357], яким німецькомовний глядач володіє на момент рецепції цього чужого явища, – підкреслює М. Іваницька. “Тоді відбувається процес доповнення і розширення бази інформації, яка знаходиться на межі свого й чужого, що сприймається реципієнтом як досить позитивне. Якщо ж у явищі чужої культури переважають факти, назви, реалії, які не мають жодної прив’язки до “свого”, рецепції як такої не відбудеться” [41, с. 357].

Порівнявши стратегії “одомашнення” та “очуження”, можемо говорити про те, що обидві стратегії є засобом міжкультурного збагачення через переклад, проте одомашнення зменшує суб’єктивне відчуття “чужості”, полегшує сприйняття, а очуження може призвести до неповного розуміння референтної ситуації, відтвореної у тексті перекладу.

3) Переклад-нейтралізація (neutralisation), при якому транслятор намагається ліквідувати будь-який слід, який би характеризував ту чи іншу культурну спільноту. Адже “у багатьох випадках перекладач не має іншого вибору, аніж використати нейтральний, немаркований стиль” [277, с. 87]. Якщо у тексті наявні культурно-специфічні елементи, то перекладач удається швидше до пояснення, ніж до заміни. Такий підхід Г. Фонг пропонує поставити між двома названими вище [165, с. 43]. Стратегія нейтралізації реалізується в перекладі АФ наступним чином:

- | | |
|---|--|
| <p>(1) <i>Instead of time-tested jokes about women drivers and doctor bills you got some big-chin schlub reading typos from the Palukaville Post</i> [255, E15-13-53].</p> | <p><i>Statt zeitlöser Witze über weibliche Autofahrer und Arztrechnungen macht sich heute so ein korpulenter Wicht mit einem Riesenkinn lustig über die Fehler in einem blöden Blättchen!</i></p> |
| <p>(2) <i>No sit-ups? No 10-mile hike?</i> [258, 00-56-34]</p> | <p><i>Просто так? Без жимів? Навіть без кросу?</i></p> |
| <p>(3) <i>If you don't remedy this malparkage within 72 hours, your car will be thrown into the East River at your expence</i> [255, E1-04-43].</p> | <p><i>Якщо Ви не заберете його впродовж 72 годин, тоді ми скинемо його в річку за Ваш рахунок.</i></p> |
| <p>(4) <i>So if anyone asks, we're sophisticated millionaires from the Ozarks</i> [255, E1-07-52].</p> | <p><i>Якщо вас питатимуть, ми з вами відомі мільйонери.</i></p> |
| <p>(5) <i>I'm not Seymour. My name is Armin. This is Armin's apartment, Armin's</i></p> | <p><i>Я – не твій Сеймур. Мене звать Армен. Це – квартира Армена,</i></p> |

liquor... Armin's copy of Swank, | *випивка Армена, еротичний журнал*
Armin's frozen peas [255, E2-18-06]. | *Армена і їжа Армена.*

Таким чином, нейтралізація американського культурного контексту реалізовується за допомогою описового перекладу шляхом додавання оцінкового епітета та гіпероніма (1), шляхом генералізації культурно-специфічного поняття (2), (5). Решта уривків анімаційних діалогів (3), (4) відображають тенденцію до елімінування ознак чужої культури в перекладах АФ.

Пропонуємо ознайомитися зі статистичними даними, які характеризують стратегії відтворення культурної специфіки в українському (Рис. 2.5) та німецькому (Рис. 2.6) перекладах АФ по кожному фільму окремо.

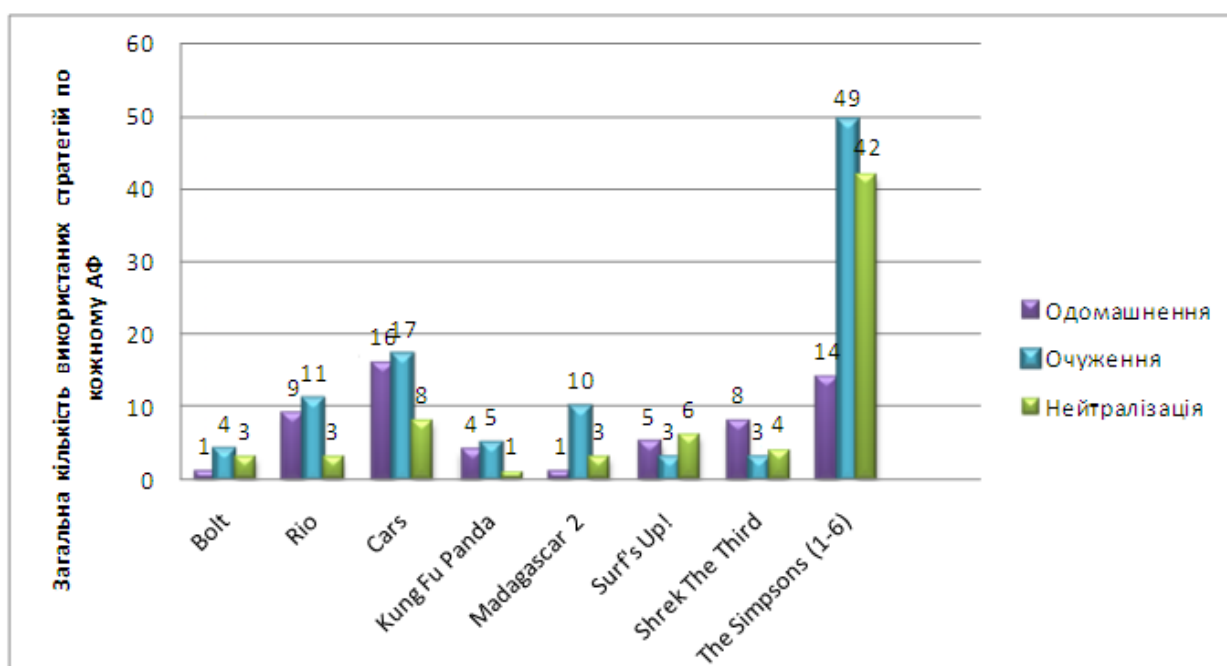


Рис. 2.5 – Стратегії відтворення культурної специфіки в українському перекладі АФ

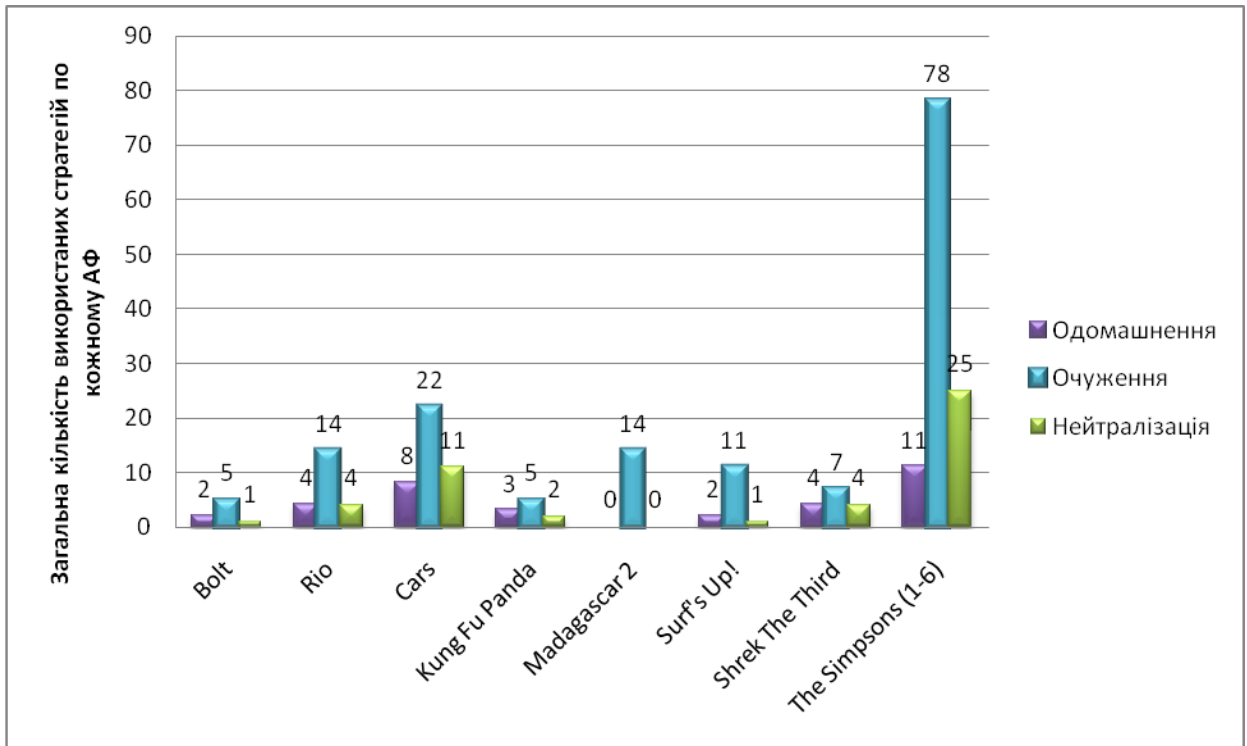


Рис. 2.6 – Стратегії відтворення культурної специфіки в німецькому перекладі АФ

Для відображення реальної картини використання стратегій одомашнення, очуження та нейтралізації в перекладах АФ у наведених статистичних даних було використано лише 1-6 серії анімаційного серіалу “The Simpsons” через його значно більшу тривалість порівняно з іншими АФ, адже об’єктом перекладацького аналізу повинен слугувати весь корпус АФ.

Наведені статистичні дані свідчать про те, що найбільшою кількістю КСЕ характеризується анімаційний серіал “The Simpsons”, що пояснюється його спрямуванням на дорослу аудиторію. Це, у свою чергу, зумовлює звертання перекладачів до стратегії очуження під час відтворення культурної специфіки оригіналу. При цьому на статистику значною мірою вплинула наявність великої кількості елементів американської культури, відомих для іноземної цільової аудиторії перекладу. Слід зазначити, що характер очуження в українських та німецьких перекладах значною мірою відрізняється: українські перекладачі зберігають у текстах анімаційних діалогів КСЕ – маркери американської культури, відомі для українського

глядача, тому очуження в цьому випадку ми вважаємо умовним; німецький переклад, зі свого боку, характеризується збереженням як відомих, так і невідомих для цільової культури КСЕ оригіналу.

На основі проведеного аналізу можемо порівняти тенденції щодо відтворення КСЕ в українському та німецькому перекладах АФ (Рис. 2.7):

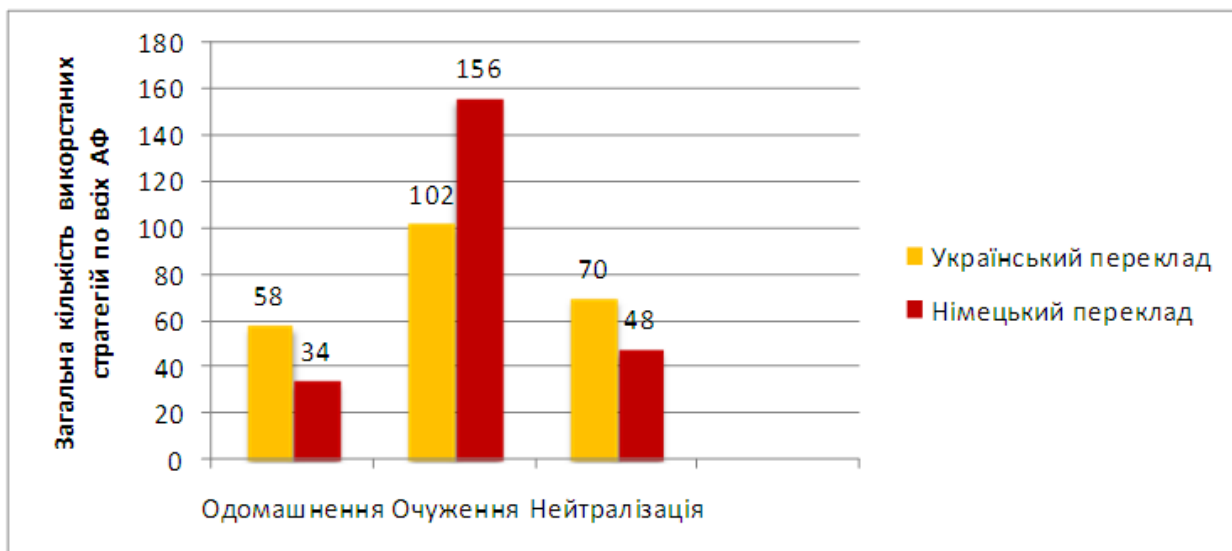


Рис. 2.7 – Тенденції відтворення КСЕ в українському та німецькому перекладі АФ

Як бачимо, українські перекладачі звертаються до стратегії одомашнення в 1,7 разів частіше, ніж їхні німецькі колеги. Німецькі перекладачі, зі свого боку, керуються стратегією очуження в 1,5 разів частіше, ніж українські перекладачі. При цьому анімаційне одомашнення в Україні не виникло самостійно, у його основі – традиції одомашнення літературного перекладу. До перекладачів художньої літератури, які тяжіли до використання цієї стратегії, належать Л. Боровиковський, П. Куліш, В. Мисик, С. Руданський, Т. Шевченко, а також М. Лукаш. Одомашнення в українському перекладі АФ відображає комплекс цілеспрямованих дій перекладачів, спрямованих на досягнення того, щоб звукоряд американських АФ став ближчим та зрозумілішим для українського глядача. Необхідно звернути особливу увагу на широкий спектр підбору українськими

перекладачами маркерів українського культурного фону, що свідчить про високий рівень обдуманості перекладацьких рішень.

При цьому необхідно наголосити на тому, що українські перекладачі не мають на меті повністю анулювати культурний фон оригіналу, замінюючи його українським культурним фоном. Глядач розуміє, що він переглядає іноземний кінопродукт (за рахунок збереження відомих маркерів вихідної культури, зокрема назв місць, де основним чином відбувається дія, та пісень), якого, однак, “адаптовано” саме для української дитячої та юнацької аудиторії.

Домінантною стратегією перекладу АФ у німецьких перекладачів, як бачимо, є очуження зі значною перевагою над іншими стратегіями відтворення культурної специфіки оригіналу – одомашнення використовується в 4,5 рази рідше, а нейтралізація – у 3 рази рідше. При цьому український переклад АФ відзначається намаганням трансляторів віднайти “золоту середину”: три стратегії перекладу майже рівноцінно співіснують із незначним переважанням стратегії очуження (здебільшого за рахунок великої кількості КСЕ, наявних в анімаційному серіалі “The Simpsons”).

Вибір відповідної стратегії перекладу визначає характер перекладацьких трансформацій. Для “одомашнення” вихідного тексту перекладачі АФ переважно замінюють культурний контекст, надаючи перевагу цінностям цільової культури. Стратегія “очуження” реалізується шляхом транскрибування або транслітерування культурних маркерів оригіналу або їх цілковитої трансплантації, що спостерігаємо у німецьких перекладах сучасної анімації. Збереження у тексті перекладу транскрибованих, транслітерованих та трансплантованих реалій американської культури посилює, таким чином, національне забарвлення оригіналу у перекладі. Для “нейтралізації” культурного контексту

перекладачами здебільшого використовується описовий переклад, генералізація та елімінація культурно-специфічного поняття.

Як зазначає О. Федорченко, “схильність кіноперекладача до тієї чи іншої перекладацької стратегії має значний вплив на реакцію глядача, адже кінотекст – це складна лінгвосеміотична система, адекватна лінгвокультурологічна адаптація якої складає 80% успіху прокату стрічки” [123, с. 330]. Стратегія одомашнення найбільш ефективно реалізується при дублюванні. Субтитрування та закадровий переклад (хоча значно меншою мірою) через збереження оригінальної звукової доріжки навпаки створюють ефект відчуження для іноземного глядача.

Рішення перекладача щодо того, який саме підхід обрати, залежить від багатьох чинників:

1) По-перше, дані три підходи у фільмі співіснують. Мова йде про використання стратегії “золотої середини”, правила досягнення якої ще у XVII столітті було сформульовано Дж. Драйденом. Названа стратегія передбачає використання перекладачем різних стратегій перекладу залежно від кожної окремої ситуації транскодування. При перекладі часто зустрічається комбінація “очуження – нейтралізація”; одомашнення використовується в певних ситуаціях, наприклад, для створення комічного ефекту або надання характеристики персонажа. “У будь-якому фільмі маятник рухається туди-сюди залежно від настрою у певній сцені, залежно від того, чому надає перевагу перекладач, залежно від кодування лінгвістичних і культурних одиниць та наявності місцевих замінників” [165, с. 44]. Не можна повністю надавати перевагу одомашненню та виключати, таким чином, усі “чужорідні елементи”, адже фільм є втіленням іноземної культури. Однак якщо зберігати всі культурно-специфічні елементи, то вони можуть стати на заваді розумінню тексту – бути звичайним “шумом”. А тотальне використання прийому нейтралізації суперечитиме принципу адекватності.

2) По-друге, вибір підходу може відрізнятись залежно від жанру, домінантності місцевої культури, цензури, політичної ситуації, глядацької аудиторії та маркетингових стратегій.

3) По-третє, важливим чинником при виборі стратегії перекладу є віддаленість вихідної культури та культури реципієнта. Наприклад, що стосується європейського простору, то слід враховувати те, що європейські глядачі мають більше спільних культурних надбань та глибші знання про інші європейські культури, аніж аудиторія, що представляє східні культури, та навпаки.

2.4 Прагматична адаптація як макростратегія при перекладі анімаційного кіно

Рівень досягнення відповідності перекладеного фільму та оригіналу, як і в будь-якому іншому виді перекладу, вимірюється за допомогою перекладознавчих категорій адекватності та еквівалентності. Хоча названі категорії тісно пов'язані між собою, однак ми не ставимо між ними знак рівності. “Адекватність перекладу, – як пише О. Чередниченко, – забезпечується його семантичною еквівалентністю, але може досягатися і за відсутності такої” [130, с. 153]. Сучасні багаторівневі теорії перекладацької еквівалентності будуються на семіотичних засадах, тобто з урахуванням прагматичного, семантичного та синтаксичного аспектів. Прагматичний рівень при цьому визначає адекватність перекладу, а семантичний та синтаксичний рівні стосуються еквівалентності перекладу [19, с. 301].

У практиці перекладу вихідний текст і текст перекладу найчастіше адресуються реципієнтам з різними культурними контекстами. Ю. Найда здійснив ґрунтовне дослідження явища асиметрії культур і дав визначення поняттям формальної та динамічної еквівалентності. Перший тип еквівалентності, за визначенням американського дослідника, зорієнтований

на переклад і ґрунтується на відповідності планів змісту й вираження одиниць оригіналу та перекладу. Називаючи цей тип перекладу перекладом-глосою (gloss translating), Ю. Найда говорить про “врощування” реципієнта в культуру іншого народу, для якого першочергово було створено текст оригіналу. Формальна відповідність часто спотворює граматичні та стилістичні структури цільової мови, перекручуючи, таким чином, повідомлення, унаслідок чого реципієнт розумітиме його неправильно, або ж йому доведеться добре попрацювати над ним [215, с. 199]. Авторка статті “Еквівалентність в перекладі: між міфом та реальністю” В. Леонарді також ставиться до формальної еквівалентності критично, наголошуючи на тому, що такий вид еквівалентності спотворює оригінальне повідомлення та вимагає від реципієнта додаткових зусиль для розуміння [198]. Однак український мовознавець Ю. Жлуктенко вказує на можливу корисність такого підходу до перекладу, коли мова йде про переклад у науково-філологічних цілях: з метою ознайомити фахівця-філолога з особливостями тексту оригіналу, “передаючи максимально точно його загальну структуру і окремі її складові елементи” [34, с. 86].

Досягнення принципу рівнозначного ефекту, подібності реакції читачів (у нашому випадку – глядачів) вихідного та перекладеного повідомлення є, своєю чергою, підвалинами динамічної еквівалентності. При цьому транслятор керується прагненням “створити динамічний зв’язок між повідомленням та адресатом мовою перекладу, приблизно такий самий, як зв’язок, що існує між повідомленням та одержувачем мовою оригіналу” [216, с. 119]. Тобто, у цьому випадку не відбувається перенесення адресата в іншу культуру, натомість йому пропонується “модус поведінки, релевантний контекстові його власної культури” [216, с. 119]. Усі перетворення вихідного тексту, які нерідко включають адаптацію лексики та граматики, підпорядковані у випадку динамічної еквівалентності орієнтації на реципієнта. Текст перекладу, таким чином, звучить природно, а тому

сприймається іншомовним одержувачем органічно. Поняття динамічної (або функціональної) еквівалентності та адекватності в даному разі є взаємозамінними поняттями. Тобто адекватність перекладу ми вважаємо функціональною тотожністю оригіналу, за якої до уваги береться реакція цільової аудиторії; при цьому кожна група реципієнтів за своїм типом і складом потребує свого, індивідуального, підходу.

Як зазначає Т. Врабель, “створений для реалізації певної комунікативної інтенції текст має низку функцій, одна з яких буде домінантною, тобто передбаченою автором тексту у процесі його створення. Суть домінантної функції тексту полягає в здійсненні певного прагматичного впливу на адресата, іншими словами, у створенні певного комунікативного ефекту” [15, с. 384]. При цьому відправник повідомлення, надаючи текстові певну функцію, розраховує отримати певну, чітко виражену, реакцію реципієнта на повідомлення. Якщо комунікативна мета досягається, то функція тексту вважається реалізованою. Тобто прагматичний потенціал тексту проявляється у його здатності створювати певний комунікативний ефект, здійснювати прагматичний вплив на цільову аудиторію [45, с. 209-210]. При цьому адресант, створюючи повідомлення для виконання певного комунікативного завдання і визначаючи таким чином його функціональну домінанту, завжди орієнтується на певного реципієнта.

Використання категорій адекватності та еквівалентності, як бачимо, доречно також у дослідженнях прагматичного рівня мовних одиниць, які створюють комунікативний ефект тексту перекладу, що відповідає комунікативному ефектові тексту оригіналу. Інколи еквівалентне відтворення змісту оригіналу забезпечує і передачу у перекладі прагматичного потенціалу, проте досить часто еквівалентний переклад є прагматично неадекватним через те, що задовольняє лише вимогу наближеності до вихідного тексту за змістом. Тому ми погоджуємося з твердженням В. Демецької: “Поняття прагматичної адекватності тексту встановлюється з

огляду на його відповідність цільовій настанові відправника повідомлення, а критерієм такої адекватності слугує рівноцінний (в ідеалі тотожний) комунікативний ефект” [25, с. 35]. Тобто “проблема адекватності – це відтворення реакції” [24, с. 101].

Саме на відтворення реакції реципієнта та досягнення необхідного комунікативного ефекту орієнтуються перекладачі під час дублювання фільмів. Специфіка дублювання як основного способу перекладу АФ виключає необхідність досягнення формальної еквівалентності як мету перекладу: текст у даному випадку зазнає значних скорочень та перефразувань з метою синхронізації реплік персонажів. При цьому одиницею перекладу фільму є не слово чи словосполучення, а репліка. При цьому транслятори жертвують семантичною еквівалентністю та формою вихідного повідомлення: зміст виражається відмінними від оригіналу мовними засобами. Тому загальною стратегією перекладу в ході дублювання фільмів Т. Гербст вважає прагматичну стратегію перекладу [185, с. 248], яка включає послідовність певних кроків:

1. Визначення мети перекладу, тобто розуміння, чи потрібно і якою мірою за наявності неунікних обмежень забезпечувати еквівалентність оригіналу. В окремих випадках необхідно якомога краще знати цільову аудиторію перегляду.

2. Глибоке розуміння тексту оригіналу. Перекладач повинен мати повне уявлення про тип тексту, соціокультурну складову, перебіг дії, характер головних героїв.

3. Встановлення аспектів, релевантних для дублювання фільмів. Це означає, зокрема, що перекладач при перегляді певної сцени повинен визначити, де необхідно звернути особливу увагу на вимоги ліпсінгу. На практиці це означає маркування місць, де необхідно забезпечити синхронний рух губами, коли останні чітко видно на екрані, а персонажі вимовляють при цьому голосні та губні звуки.

4. Класифікація смислових елементів сцени з огляду на категорії цільової спрямованості, релевантності смислу тексту, а також його іррелевантності. Важливим при цьому є зосередження уваги не лише на значенні слів та речень, а й, наприклад, на смислі, який постає з акценту мовця. Окрім того, необхідно зважати на те, чи є вихідний текст у цілому акцептабельним, зв'язним, стилістично сумісним, причому цим чинникам відводиться велике значення у межах прагматичного підходу до перекладу.

5. Словесне вираження смислу тексту мовою перекладу. Для прагматичної стратегії перекладу другорядним є те, на якому місці у фільмі виражено смисловий елемент. Значно важливішим є те, щоб у перекладі були відтворені всі релевантні смислові елементи [185, с. 248-250].

Реалізація схожої прагматичної чи іллокутивної мети тексту оригіналу та тексту перекладу може передбачати звернення до прагматичної адаптації. Усебічний аналіз цього поняття здійснено в роботах О. Кумукової, В. Подміногіна, В. Демецької, О. Якименко. Оскільки крізь призму прагматики ми розглядаємо переклад АФ, то поняття прагматичної адаптації перекладу – сукупності дій, “спрямованих на пристосування перекладеного тексту до особливостей цільової мови і культури” [129], що полягають у внесенні поправок на соціально-культурні, ментальні та інші розбіжності між адресатами оригіналу та перекладу – набирає особливої ваги.

Існує чотири типи прагматичної адаптації (за Коміссаровим). Перший тип прагматичної адаптації ставить за мету забезпечення адекватного розуміння вихідного висловлювання цільовою аудиторією перекладу. Другий – спрямований на донесення до читача (у нашому випадку, глядача) емоційного впливу тексту оригіналу. Третій тип прагматичної адаптації обумовлений орієнтацією на певного реципієнта і на певну ситуацію спілкування. Четвертий тип можна визначити як вирішення перекладацького “надзавдання” [45, с. 221-224].

Як зазначає В. Демецька, “одностайність наукових трактувань поняття “адаптація” промовисто свідчить про те, що адаптації відведено скромну роль “пасербиці” перекладознавства” [25, с. 20-21]: адаптивна теорія перекладу знаходиться на межі редагування перекладу, власне перекладу та теорії комунікації. Однак через масштабні видозміни вихідного тексту більшість науковців не визнають адаптацію перекладом, аргументуючи це тим, що тексти, які у процесі перекладу необхідно додатково опрацьовувати, слід вважати фактами не стільки перекладу, скільки мовного посередництва, до якого, зокрема, належить адаптація [2; 12]. Тому, якщо перед перекладачем стоїть завдання досягти необхідного комунікативного ефекту, що вимагає застосування прагматичної адаптації, вважається, що така діяльність “виходить за межі перекладу як процесу створення тексту, комунікативно рівноцінного оригіналу” [46].

В. Крупнов, говорячи про підміну “істинного перекладу” адаптацією, під останньою має на увазі “наведення більш вільної версії, тобто такий переклад, коли перекладач відступає від тексту далі припустимих меж” [52]. Негативно оцінює адаптацію і Дж. Вейтман, який стверджує, що часом перекладачі лише уявляють, що вони перекладають, тоді як фактично вони займаються “адаптацією” [240, с. 56]. Тобто більшість учених вважає, що адаптація та переклад є відмінними видами практичної діяльності: на їхню думку, адаптація, на відміну від перекладу, є формальним змістовим спрощенням оригіналу, що зумовлює його перекручення або навіть руйнує його.

На двоякості процесу адаптації перекладу наголошує В. Радчук: якщо, з одного боку, вона є корисною для перекладу текстів з дидактичною метою (для адаптації творів читачам, які прагнуть вивчити іноземну мову, або дітям – для адаптації “дорослої” класики) та має різні ступені; однак, з іншого боку, дослідник оцінює її негативно та порівнює з “чорно-білою графічною

мініатюрою з великого художнього полотна”, що хоч і можна впізнати, але вона лишається копією [100].

Невиправдане “пристосування” тексту перекладу з метою полегшити розуміння змісту вихідного повідомлення, як вважають деякі вчені, “збіднює міжкультурну комунікацію, нівелює міжкультурні розбіжності, створює хибне уявлення про те, що “всюди все так само” [19]. Щоправда, тепер уже йдеться про міжкультурну асиметрію, а не про міжмовні відмінності. На нашу думку, однак, не можна не враховувати той факт, що відправник, створюючи повідомлення, розраховує на наявність у реципієнта певних фонових знань, від чого безпосередньо залежить міра комунікативного ефекту. Адже цілком очевидним є те, що реципієнти з різними фоновими знаннями по-різному сприймають однакове повідомлення, що, своєю чергою, призводить до того, що прагматичний потенціал тексту може реалізуватися не повністю або взагалі не реалізуватися стосовно певного типу адресата. Але і в цьому випадку науковці застерігають перекладачів від звернення до адаптації, яка здатна спотворювати уявлення про іноземну культуру, а тому вважається “найбільш кардинальним перекладацьким перетворенням” [19].

Хоча Ю. Ванніков погоджується з твердженням про те, що семантико-стилістична теорія адекватності виключає види “адаптивного транскодування” з категорії перекладів, він однак стверджує, що такі неповні переклади можуть повною мірою реалізувати комунікативну настанову, ініційовану одержувачем, тому їх необхідно визнати повноправними перекладами; при цьому тип адекватності відрізняє адаптивний переклад від інших “власне перекладів” [11, с.38]. Як доводить В. Демецька, якщо текст перекладу орієнтується на одержувача, то адекватний переклад у будь-якому разі передбачає адаптацію [26, с. 18].

Перекладознавці переконані в тому, що переклад відрізняється від інших видів міжмовного посередництва прагненням до максимально повного й точного відтворення всієї системи смислів оригінального тексту. А вдалим

є той переклад, який виглядає або звучить, як оригінал, але з обов'язковим уточненням – текст перекладу повинна характеризувати комунікативна рівність оригіналу, яка виявляється в ототожненні реципієнтом перекладу з оригіналом на функціональному, змістовому та структурному рівні. Однак не можна забувати, що ця тотожність часто залежить від “корекції на інший культурний універсум”, яка є своєрідною відповіддю на виклик міжкультурної асиметрії [16]. Як зазначає М. Еспань, “культурний трансфер за своєю суттю є перекладом, оскільки передбачає перехід від одного коду до іншого” [цит. за: 122, с. 63]. Як бачимо, причини застосування адаптації найчастіше слід шукати не стільки у площині мови, як у площині культури. Адже саме необхідність урахування культурологічних і когнітивних відмінностей вихідної та цільової аудиторії часто визначає адаптивний шлях прийняття перекладацьких рішень.

Дослідники, які визнають адаптацію перекладом, пояснюють свою позицію потребою у більш широкому розумінні поняття “переклад”: “Проблема перекладності пов'язана з напруженістю, яка створюється або виникає у процесі зіткнення фонових знань у конкретному аргументативному просторі, де розуміння перекладу слід уявляти ширше, ніж внутрішньомовний, міжмовний та міжсеміотичний процес” [119, с. 179]. Однак завжди слід пам'ятати про те, що існує межа, за якою адаптація припиняє бути перекладом. З огляду на наявну в перекладознавстві опозицію еквівалентний переклад – адекватний переклад В. Демецька пропонує іншу опозицію “репродуктивний переклад – адаптивний переклад”. Термін “репродуктивний переклад” позначає тип перекладу, який зорієнтовано на відтворення лінгвокультурного коду аудиторії відправника. Для такого перекладу домінантною є предметна інформація. У свою чергу, адаптивний переклад – це тип перекладу з домінантною установкою на мовні та культурні стереотипи реципієнта тексту перекладу [25, с. 38].

Різні підходи до трактування прагматики перекладу загалом та до поняття прагматичної адаптації зокрема зумовлюють відмінності у використанні перекладачами її прийомів, тому міра та межі прагматичної адаптації досі не визначені. При цьому ми можемо констатувати той факт, що більшість авторів розглядають адаптацію текстів художньої літератури, залишаючи поза сферою наукових пошуків проблему встановлення меж перекладацької адаптації, яка застосовується в інших типах текстів і дискурсів. На цьому наголошують також Л. Латишев та А. Семенов, які торкнулися проблеми масштабів допустимих зсувів, що залежать безпосередньо від типу тексту, і виявили, що “конкретно такі обмеження ніде не зафіксовано” [57, с. 23]. Про необхідність адаптації для окремих типів текстів робить висновок також В. Демецька, яка доводить, що у процесі перекладу тексту різні типи інформації визначають вибір схеми перекладацьких дій на користь репродуктивного або адаптивного перекладу. Однак у будь-якому разі адекватний переклад неможливий без комплементарного застосування перекладацьких і адаптивних стратегій, пропорції яких повинні підпорядковуватися прагматичному типові тексту, тобто головним критерієм адаптації тексту має бути його прагматична орієнтація. При цьому чим більш домінантною є прагматична функція тексту, тим більше адаптивних стратегій слід застосовувати при перекладі [26, с. 35].

“Призначення кінодіалогу для миттєвого сприйняття та неможливість введення коментаря визначають багато в чому адаптаційний шлях відтворення оригінального повідомлення” [110, с. 20]. При цьому адаптацію підпорядковано забезпеченню вимоги адекватності, що вкотре підтверджує думку про те, що в даному разі мова йде про переклад.

Спираючись на поділ перекладу на репродуктивний та адаптивний, ми відносимо переклад анімаційного кіно, при якому особливо актуалізується доречність застосування прагматичної адаптації, до адаптивного перекладу. Адже незважаючи на те, що сучасний анімаційний кінематограф має

здебільшого подвійну орієнтованість – водночас на дітей та їхніх батьків, перекладач повинен керуватися особливостями первинної цільової аудиторії, для якої від початку створювався мультфільм. Первинною цільовою аудиторією, на нашу думку, залишаються юні глядачі, тому прагматичної адаптації при перекладі не уникнути, адже діти переглядають фільми спочатку – для задоволення, задля розваги, а вже потім – для розвитку своєї особистості.

Оскільки анімаційне кіно та дитяча література мають однакову цільову аудиторію, то цілком слушною в контексті перекладу АФ ми вважаємо думку Р. Зорівчак щодо найважливіших проблем, які виникають при перекладі дитячої літератури: “...це співвідношення між перекладом загалом і перекладом-адаптацією, між відчуженням та одомашненням як перекладацькими стратегіями. Відстань між ними може бути надзвичайно великою: від абсолютної вірності до лише натяків на оригінал” [38, с. 5]. При цьому перекладені анімаційні фільми так само, як і “тексти творів дитячої літератури можна вважати комунікацією особливого гатунку, що зобов’язує перекладача, так само як і автора, вміти бачити світ очима дитини, відчувати побачене і пережити як дитина, володіти так званою “пам’яттю дитинства”, тобто бути здатним разом з дитиною відкривати світ, а не просто перекладати дорослі поняття її мовою” [102]. Хоча запозичення елементів, специфічних для вихідної культури, сприяє не лише розширенню концептосфери культури реципієнта, а й збагаченню словника останнього, перенасичення мови мультфільму “чужорідними” вкрапленнями може призвести до своєрідної “дезорієнтації” глядачів у світі невідомих понять, що потягне за собою зменшення зацікавлення у перегляді АФ. Нехтування прагматичною адаптацією при перекладі анімаційного кіно відбувається переважно тоді, коли перекладач неправильно оцінює мовну та культурну компетенцію цільової аудиторії (дітей) та ставить її на один рівень з лінгвокультурною компетенцією дорослої аудиторії.

Прагматична адаптація тексту кінодіалогів реалізується з урахуванням фонових знань цільової аудиторії за допомогою низки перекладацьких трансформацій, серед яких можна виокремити такі: додавання, вилучення, експлікація та імплікація інформації [45, с. 211-213; 153, с. 82], заміна культурних концептів [189, с. 146; 142, с. 243], заміна мовленнєвих актів [44, с. 361], заміна реєстрів [189, с. 139], скорочення, пояснення, спрощення [38, с. 6] тощо. При цьому чим більше культурного компоненту в тексті, тим більше стратегій адаптивного перекладу необхідно використовувати для адекватного відтворення АФ іншими мовами. Таким чином, незважаючи на зміни, які вносяться до тексту оригіналу під час його адаптації до іншої мови та культури та порушення вимог еквівалентності на окремих рівнях, адаптивний переклад забезпечує адекватність відтворення вихідного повідомлення, створюючи відповідний комунікативний ефект.

Як зазначалося, у перекладознавстві досі немає однозначної відповіді на питання про межу орієнтації перекладу на мову оригіналу чи на цільову мову, про межі можливої адаптації оригіналу до певних прагматичних цілей. Тому для відтворення культурної специфіки АФ та встановлення меж прагматичної адаптації ми побудували таку модель (Рис. 2.8):

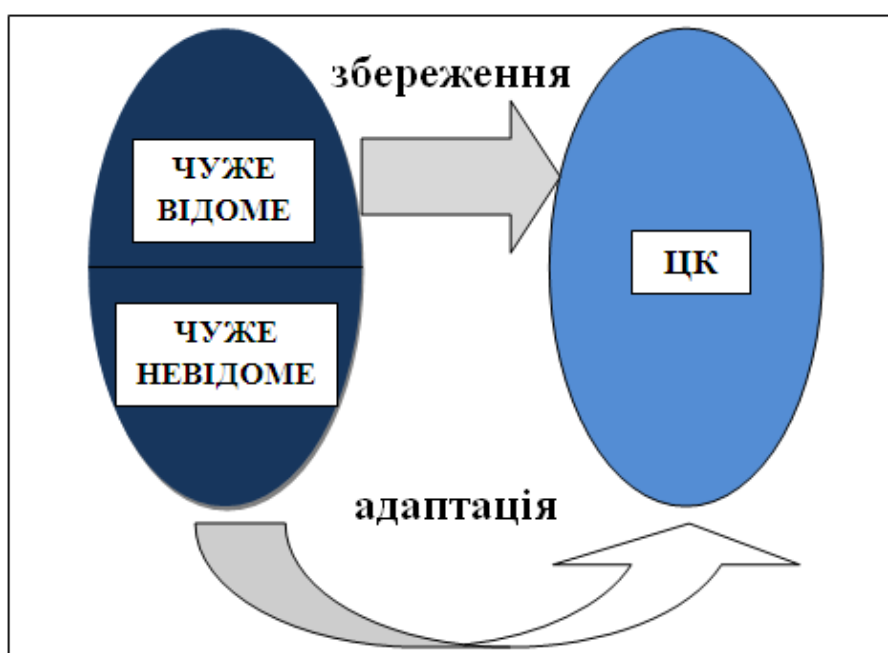


Рис. 2.8 – Модель відтворення культурної специфіки при перекладі АФ

За “**чуже відоме**” ми приймаємо елементи, специфічні для вихідної культури, однак відомі в усьому світі загалом та в культурі реципієнта, зокрема (наприклад, назви країн, великих міст, всесвітні пам’ятки, імена осіб, відомих у всьому світі, назви елементів, давно запозичених у цільову культуру (ЦК) – *Portugal, Rio, Tahiti, California, Los Angeles, Hollywood, Präsident Bush, Pele, John Travolta, Michael Jackson, Ferrari* тощо).

При цьому “**чужими невідомими**” для ЦК ми вважаємо:

- унікальні культурні поняття, часто ключові для американської культури, які не існують у культурі реципієнта, є невідомими для середньостатистичного глядача та потребують опори на широкий фоновий контекст (у даному разі мова йде про максимальну ступінь “чужості”, яка виявляється на всіх рівнях мовного та етнокультурного змісту) – *Gary Larson, George Raft, Annie Oakley, Magna Carta, Peabody Award, corvette*;

- поняття, які відображають однакові або схожі референти в різних культурах, однак мають при цьому відмінні назви – *Fudgesicle, Mountain Dew, Dutch fudge torte, yard*.

При цьому “чуже відоме” маркує для українського та німецького глядача територіальний колорит, але, разом із тим, не сприймається як чужий подразник, тому перекладачі зберігають такі елементи культури. Однак “чуже невідоме” не лише виконує функцію маркування чужого культурного тла, при накопиченні в тексті перекладу воно призводить до неповного розуміння діалогів.

З огляду на проаналізований матеріал, ми можемо стверджувати, що стратегія прагматичної адаптації при відтворенні КСЕ в перекладах сучасної анімації реалізовується наступним чином: за допомогою трьох перекладацьких стратегій – одомашнення (найбільшою мірою), нейтралізацією та дуже рідко – очуження, але з обов’язковим уточненням: коли відбувається зміна регістру чужості (Рис. 2.9):

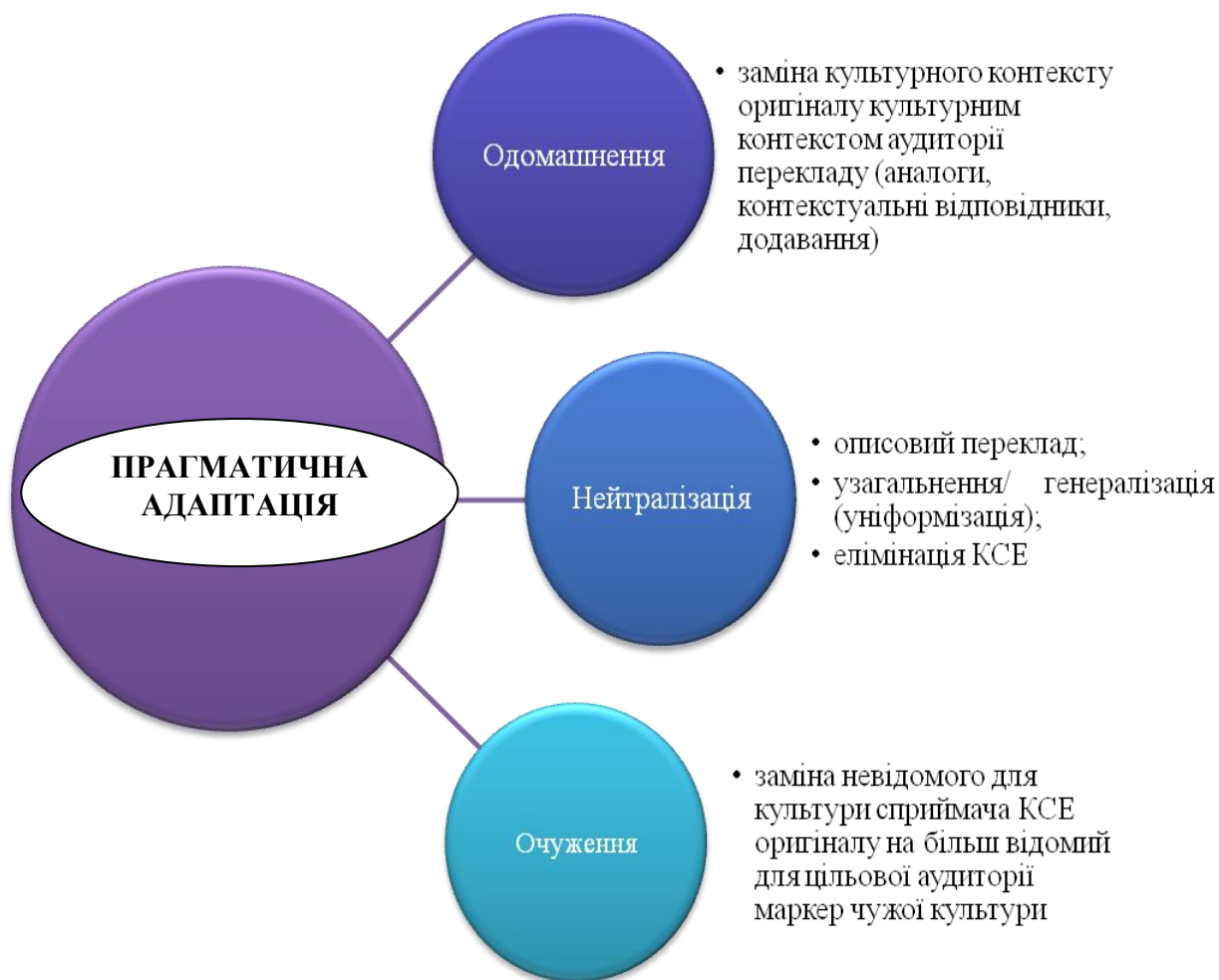


Рис. 2.9 – Реалізація стратегії прагматичної адаптації при відтворенні КСЕ в АФ

Для з'ясування того, яка стратегія є домінантною при перекладі анімаційного кіно – прагматична адаптація чи все-таки очуження – пропонуємо звернутися до порівняльного аналізу застосування даних стратегій українськими (Рис. 2.10) та німецькими (Рис. 2.11) перекладачами.

Порівняльний аналіз перекладів АФ українською та німецькою мовами дозволив змалювати загальну картину використання протилежних стратегій перекладу АФ щодо відтворення культурної специфіки оригіналу – прагматичної адаптації та очуження (Рис. 2.12).

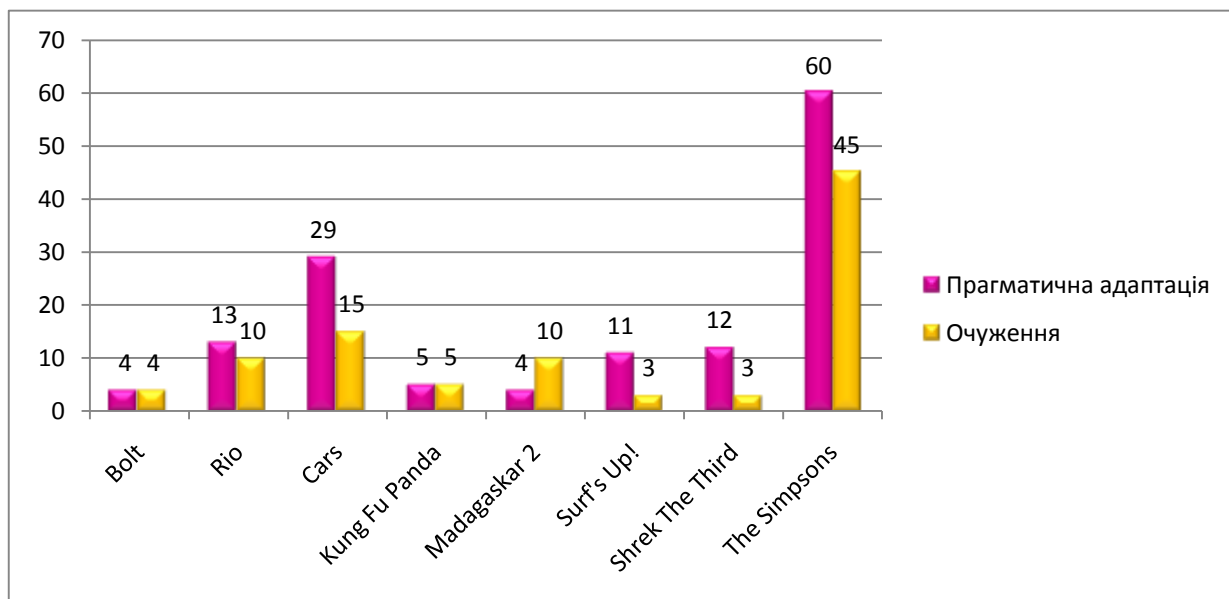


Рис. 2.10 – Реалізація стратегій прагматичної адаптації та очуження в перекладах АФ українською мовою

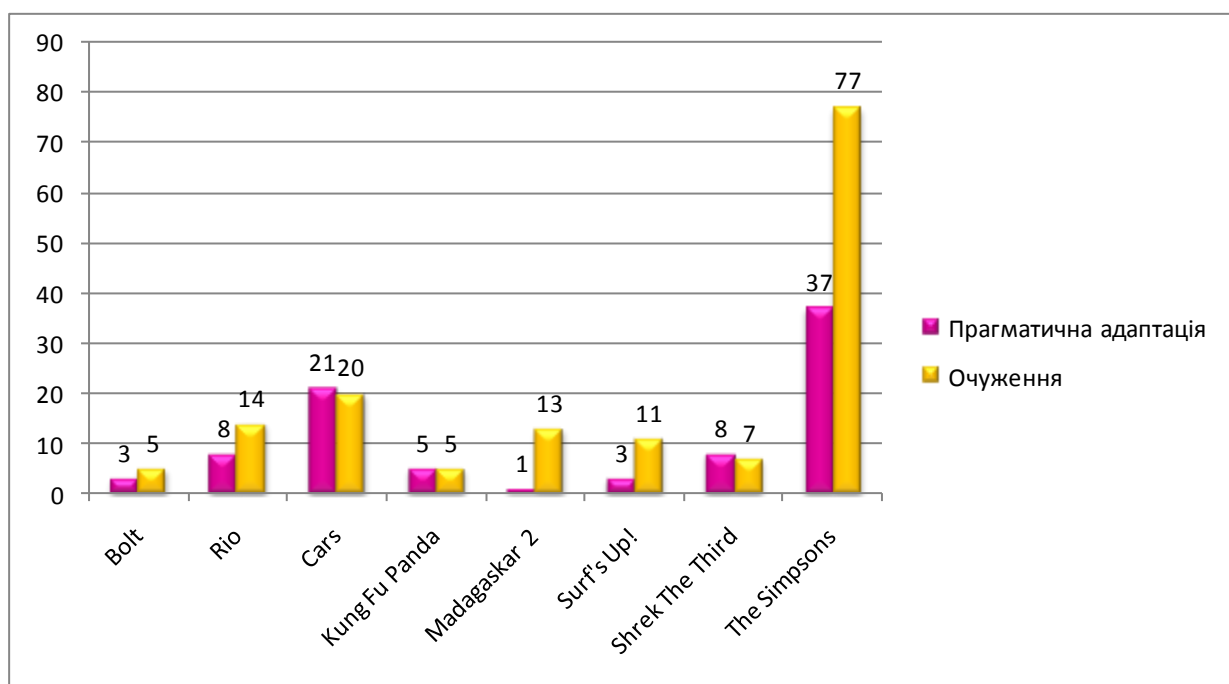


Рис. 2.11 – Реалізація стратегій прагматичної адаптації та очуження в перекладах АФ німецькою мовою

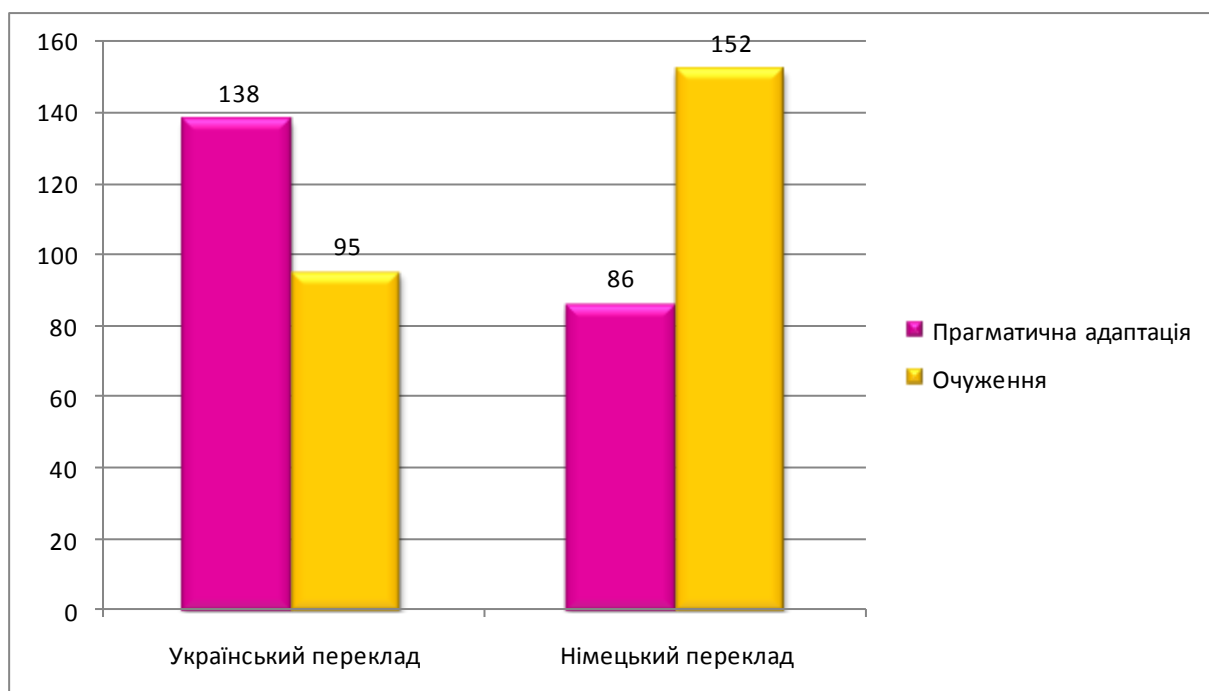


Рис. 2.12 – Прагматична адаптація та очуження як стратегії перекладу АФ

Наведені дані свідчать про те, що українські транслятори застосовують прагматичну адаптацію як макростратегію перекладу. А очуження в даному разі реалізується переважно шляхом збереження культурних елементів оригіналу, відомих у цільовій культурі, які, однак, слугують ідентифікаторами вихідної культури.

Німецькі перекладачі, зі свого боку, для відтворення культурної специфіки оригіналу надають перевагу стратегії очуження, звертаючись до неї майже в два рази частіше, ніж до прагматичної адаптації, та зберігаючи, таким чином, у тексті анімаційних діалогів КСЕ, часто невідомі для німецького глядача АФ.

Висновки до розділу 2

Втягування кінотексту у процес міжкультурної комунікації вимагає дослідження його лінгвокультурних потенцій. Нерозривний зв'язок між мовою та культурою унеможливорює здійснення перекладу фільму без урахування культурної асиметрії між вихідною та цільовою аудиторією та міри віддаленості обох лінгвокультур. Надання кінотексту новому реципієнтові, що передбачає зміну культурного середовища, спричиняє численні культурні трансфери. Завдання перекладача фільмів полягає в тому, щоб упізнати КСЕ та правильно перемістити їх у цільову культуру – зберігши, замінивши, опустивши чи розтлумачивши їх.

Культурно-специфічними елементами називають природні об'єкти, артефакти, соціальні інституції, манери поведінки, традиційне для колективу ставлення до речей, категорії досвіду та мислення, акценти та діалекти, специфічні для певної культури міміку, жести та мову тіла, які є типовими для вихідної культури та невідомими або маловідомими в цільовій культурі. Особливу групу КСЕ складають реалії.

Перекладач кіно оцінює значущість кожного окремого культурного аспекту з точки зору його функції у кінофільмі та певній комунікативній ситуації, вплив його "асоціативного шлейфу" (термін Т. Некряч) на комунікативний ефект, а отже те, як і якою мірою необхідно або бажано відтворювати його в тексті перекладу. Тому в ході міркувань щодо того, як повестися з КСЕ, завжди слід брати до уваги активізацію фонових знань, яка відбувається автоматично у глядачів оригіналу. Тобто, перекладач повинен не тільки впізнавати та розуміти культурні маркери як такі, але й знаходити шляхи заміни, доповнення, розширення відповідних фонових знань, які активізуються у глядачів оригіналу, однак відсутні у глядачів перекладеного фільму.

Оцінювання тих чи інших культурних імплікацій, які транслятор вважає релевантними для перекладу, пов'язане із визначенням аудиторії, для якої виконується переклад. При виборі стратегії та способів перекладу фільм необхідно розглядати як цілісну культурну своєрідність, у межах якої під час відтворення окремих специфічних елементів завжди необхідно орієнтуватися на ціле.

Вихід АФ за межі дитячої аудиторії перегляду посприяв розширенню значення візуально та вербально виражених культурних маркерів в анімаційному кінодискурсі. На основі досліджених нами перекладів текстів популярних американських АФ можемо констатувати той факт, що найбільш складною для розуміння іншомовною аудиторією є культурно маркована лексика на позначення географічних назв (топонімів), назв історичних подій (хрононімів), імен відомих особистостей, одиниць довжини та ваги, найменувань страв, а також пісенний матеріал.

Для відтворення культурної специфіки оригіналу перекладачі керуються різними стратегіями – одомашнення, очуження та нейтралізації, кожна з яких втілюється в житті за допомогою різних способів перекладу.

Стратегія одомашнення передбачає заміну культурного маркеру оригіналу на культурний маркер мови-реципієнта; при цьому використовуються аналоги, контекстуальні відповідники, прийом додавання тощо, тобто перевага надається реаліям цільової культури, а перекладач керується фоновими знаннями цільового глядача. Таким чином, створюється світ, який значно відрізняється від того, який зображено в оригіналі. В АФ, які належать передусім до комедійного жанру, вибір перекладацької стратегії одомашнення допомагає реалізувати розважальну функцію сучасної американської анімації, передаючи прагматику оригіналу.

Збереження культурного фону оригіналу відображається у стратегії очуження та реалізується шляхом включення чужомовної назви в текст перекладу. Форенізація надає перевагу вихідній культурі та викликає

відчуття несхожості, наголошуючи на іноземній природі фільму. Хоча запозичення елементів, специфічних для вихідної культури, сприяє не лише розширенню концептосфери культури реципієнта, а й збагаченню словника мови останнього, перенасичення мови мультфільму “чужорідними” вкрапленнями може призвести до своєїрідної “дезорієнтації” глядачів у невідомомусвіті, що потягне за собою зменшення зацікавлення у перегляді АФ.

Стирання культурного контексту характерне для стратегії нейтралізації, яка при перекладі АФ реалізовується шляхом описового перекладу, генералізації вихідного культурно-специфічного поняття або елімінації КСЕ. Це відбувається у випадку, коли функція КСЕ не оцінюється перекладачем як значуща у певному контексті і тому цей елемент можна вилучити без вагомих втрат для змісту та прагматики висловлювання.

Кожна з названих вище стратегій знайшла своє застосування при перекладі АФ. Однак спостерігається значна різниця в тенденціях використання цих стратегій українськими та німецьким трансляторами. Вітчизняні перекладачі звертаються до стратегії одомашнення значно частіше (на 70%), ніж німецькі транслятори. Якщо в українському перекладі три стратегії – одомашнення, очуження та нейтралізація – майже рівномірно поєднуються, хоча стратегія очуження й переважає, то німецький переклад характеризується повною домінантністю очуження над іншими стратегіями відтворення КС оригіналу.

Збереження прагматичного впливу оригінальних версій АФ у їхніх перекладах передбачає забезпечення рівноцінної реакції глядачів вихідної та цільової культур, що при домінуванні розважальної функції АФ ставить перед транслятором завдання зробити текст зрозумілим для всіх вікових категорій глядачів та відтворити гумористичний ефект оригіналу. Виконання цього завдання передбачає звернення до адаптивних стратегій перекладу. Окрім того, призначення кінодіалогу для миттєвого сприйняття та

неможливість введення коментаря також визначають адаптаційний шлях відтворення оригінального повідомлення. Тому, спираючись на поділ перекладу на репродуктивний та адаптивний (за В. Демецькою), ми вважаємо переклад АФ, при якому особливо актуалізується доречність застосування прагматичної адаптації як сукупності дій, спрямованих на пристосування перекладеного тексту до особливостей цільової мови та культури, адаптивним перекладом.

З огляду на суперечливе ставлення перекладознавців до прагматичної адаптації, нами запропоновано модель відтворення культурної специфіки оригіналу, де встановлено межі прагматичної адаптації (за рахунок поділу КСЕ на “чуже відоме” та “чуже невідоме”).

Прагматична адаптація тексту як макростратегія перекладу АФ забезпечується переважно одомашненням чи нейтралізацією та дуже рідко – зміною регістру чужості, коли замість невідомого КСЕ оригіналу використовується більш відомий для цільової аудиторії перекладу маркер вихідної культури.

Таким чином, до труднощів перекладу АФ належать:

1) культурна асиметрія, котра проявляється у фонових знаннях, менталітеті, стереотипах тощо; 2) накладання КСЕ оригіналу на обмеження часу, якого вимагає дублювання; 3) розмитість меж прагматичної адаптації як перекладознавчого поняття та балансування перекладача при цьому між двома цільовими аудиторіями – дитячою та дорослою; 4) протиріччя між стратегією одомашнення, котра використовується відповідно до домінуючої розважальної функції, та стратегією очуження, котра спрямована на знайомство з іншим культурним світом і, відповідно, виконує когнітивну функцію.

Зміст основних положень розділу висвітлено у чотирьох наукових статтях, опублікованих у фахових виданнях України [74, 75, 80, 204].

РОЗДІЛ 3

ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ПРОБЛЕМИ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ПЕРЕКЛАДУ

3.1 Специфіка діалогічного мовлення анімаційних персонажів

Живе діалогічне мовлення АФ, що характеризується простотою, невимушеністю та експресією, є основою вербального компонента кінофільму. При цьому одним із важливих компонентів спілкування та засобів посилення експресії є використання стилістично забарвленої лексики (розмовної, просторічної, жаргонної, діалектної, вульгарної, лайливої). Автори АФ таким чином намагаються максимально наблизити мовлення персонажів до розмовного стилю. При цьому рівень експресії діалогічного мовлення анімаційних персонажів, на нашу думку, не останнім чином залежить від ментальних характеристик цільової аудиторії.

3.1.1 Національна ментальність та її взаємозв'язок із мовою анімаційних фільмів. Адекватність перекладу визначається не лише знанням вихідної культури, а й перетином ментальних просторів автора оригіналу та трансляторів. При цьому необхідно наголосити на тому, що “ментальні простори індивідів ніколи не можуть повністю збігатися, оскільки вони визначаються індивідуальними знаннями та уявленнями, і переклад буде тим успішнішим, чим ширші зони перетину ментальних просторів автора вихідного тексту і перекладача” [124, с. 45].

Як зазначає Л. Маєвська, “у міжкультурному спілкуванні потрібно враховувати особливості національного характеру комунікантів, специфіку їх емоційного складу, національно-специфічні особливості мислення, які є складовими їх менталітету” [66, с. 129]. Дослідник психосоціології

менталітету та нооменталітету Б. Душков є автором одного з найбільш сучасних визначень понять ментальність, менталітет: “Загальний духовний настрій, відносно цілісна сукупність думок, вірувань, навичок духу, яка створює картину світу і скріплює єдність культурної традиції або будь-якого співтовариства” [30, с. 13].

Менталітет народу (за тлумачним словником української мови) – це світосприйняття, яке визначається народно-національними звичаями, способом життя, мислення, мораллю; це особливості індивідуальної та суспільної свідомості людей, їх життєвих позицій, культури, моделей поведінки тощо [250, с. 605]. Тобто, для національної спільноти характерні деякі унікальні, властиві лише їй світогляд, система цінностей, духовна творчість, мислення, поведінка.

Лінгвокультуролог В. Маслова розмежовує поняття “ментальність” і “менталітет”. “Ментальність – це не філософські, наукові або естетичні системи, а той рівень суспільної свідомості, на якому думка не відділена від емоцій, від латентних звичок і прийомів свідомості” [70, с.49]. “Менталітет – це категорія, яка відображає внутрішню організацію та диференціацію ментальності, склад розуму, склад душі народу; глибинна структура свідомості, що залежить від соціокультурних, мовних, географічних і інших факторів” [70, с.49].

В. Буяшенко у дисертаційному дослідженні формулює наступні ознаки ментальності: непередбаченість, неусвідомленість, ідентичність серед носіїв, етнічна зумовленість [9, с. 21]. Л. Нагорна наголошує на тому, що “ментальність – це душа народу, яка зберігає його генетичний код. Саме на його основі виникає відчуття ідентичності, виробляється кодекс правил, що визначають політичну і побутову поведінку” [83, с. 24].

“Менталітет людини західного світу початку XXI століття, так само як і сучасного українця зокрема, має досить чітко виражену тенденцію до дегуманізації культури, звуження світогляду, утвердження замість духовних

ідеалів духу прагматизму і меркантильності” [72, с. 62]. Основною рисою менталітету європейців є логічне раціональне мислення.

О. Леонтович вважає, що, незважаючи на суттєвий вплив культур-джерел, несправедливо розглядати американську культуру як європейську, пересажену на новий ґрунт [59, с. 106]. Однак наявність спільних рис між названими культурами не останнім чином можна пояснити їх належністю до західного цивілізаційного типу: британська та американська культури, представниками якої є англomовні країни, обов’язково відзначатиметься схожістю. Традиційні характеристики менталітету американців складаються з таких рис: індивідуалізм і здоровий глузд, прагматизм і підприємництво, раціоналізм і матеріалізм, динамізм і конформізм, егалітаризм і демократизм, ідея американської винятковості та культу успіху [29]. Необхідно звернути увагу також на таку особливу рису американського менталітету, як оптимізм: американці навіть у чорному намагаються побачити відтінки білого.

До ознак німецького національного менталітету відносять: раціональність, організованість, прагнення до впорядкованості, педантичність, пунктуальність, економність, старанність, серйозність, розважливості тощо [205, с. 37]. Німецький дослідник М. Нордау так характеризує співвітчизників: “Сучасне покоління – жорстко-практичне, тверезомисляче; більш діє, аніж говорить; більше прораховує, аніж дрімає” [211, с. 17].

Сучасні етнопсихологи та філософи серед рис українського менталітету виділяють: кордоцентризм (пізнання через серце, підвищена емоційність), антеїзм (зв’язок з матінкою-землею), екзистенціалізм (загострене переживання свого власного буття), духовність та містицизм (останні знищуються під тиском науково-технічного прогресу) [72, с. 63]; індивідуалізм; чутливість, ліризм (“естетизм українського народного життя й обрядовості”), артистизм української вдачі (своєрідність українського гумору) [27, с. 22].

Серед наукових підходів до дослідження ментальності виділяють також теорію клімату, згідно з якою нації поділяють на більш та менш “гарячі” чи “холодні”. Німецька нація належить до теплих націй, з характерними якостями: індивідуалізм, глибина, моральна теплота [211, с. 28]. За таким поділом О. Бурда-Лассен відносить українську націю до “гарячих”, беручи до уваги високий ступінь емоційності українців [8, с. 97].

На нашу думку, саме через емоційність у національному характері українців перекладам АФ українською мовою притаманне більше стилістично-емоційне навантаження, ніж оригіналам англійською, не говорячи вже про переклади німецькою, які не можна відзначити високим ступенем експресивності, що також пояснюється раціоналістичністю як однією з рис менталітету німців. Це засвідчує проаналізований нами матеріал.

3.1.2 Стилістично маркована лексика: сленг як засіб посилення експресії у перекладі. У мові сучасного кіно, перекладеного зокрема українською мовою, дедалі більшого поширення набувають експресивні слова, що надають висловлюванню виразності, образності, емоційної забарвленості. На лексичному рівні висловлювання персонажів наближаються до природної комунікації за допомогою вживання зниженої, навіть табуйованої лексики і вульгаризмів. Цьому сприяє загальна тенденція демократизації літературної норми. Тому переклади сучасних анімаційних фільмів рясніють прикладами використання стилістично зниженого вокабуляру:

| | |
|--|--|
| <p><i>Before I kick your butt, let me ask you, why do you even want to become the alpha lion? [257, 00-01-52]</i></p> <p><i>Is he dancing about a plane crash?</i></p> | <p><i>Поясни, поки я тебе не натовк. Чого це ти хочеш стати вожаком?</i></p> <p><i>Він тириндить про</i></p> |
|--|--|

*What is going on here, what is all this
have about? [257, 00-20-12]*

*What are you **looking at**? This
watering hole doesn't need any more
mouths to feed. So just **get out of back**
to wherever you came from [257, 00-
20-49].*

*Hello, ladies! Is this the line for people
who want to **badmouth** Sergeant
Skinner? [255, E2-16-49]*

*Hey, wee bairn! Hie ye hence from me
heath! [255, E3-06-07]*

*Oh, how frightfully rude! I certainly
hope someone **stabs him in the eye!**
[255, E1-13-48]*

*Ach, **the hell with it!** [255, E3-12-25]*

авіакатастрофу?

Що тут таке, що за гармидер?

*Чого **випріщився**? Цей водопій
стільки **морд** не напоїть! Тож,
линяйте туди, звідки прийшли!*

*Усім привіт! Це та черга, де **люють**
поміі на сержанта Скіннера?*

***Чорт** забирай, **тряся** твоїй
матері, щоб їй **шляк** трапив!*

*О, яке грубе створіння! **Щоб** тобі **очі**
повилазили!*

*Ох, **грець** з ними!*

Використання стилістично зниженої лексики в перекладах сучасного кіно зумовлене різними екстралінгвістичними чинниками: 1) демократизацією літературної норми, зняттям цензури, протестом проти відсталості суспільства та “заштампованості” мови; 2) зміною мовних смаків у бік спрощення, лібералізації; 3) бажанням висловити експресію будь-якими засобами.

Найчастотнішим класом стилістично зниженої лексики, представленої в діалогах АФ, є сленг. Під сленгом ми розуміємо емоційно забарвлену нелітературну лексику, тобто, слова та словосполучення, що знаходяться за межами літературної мови та вживаються передусім в усному мовленні, характеризуючись фамільярним забарвленням та створюючи, таким чином, стилістичні межі його використання. Нерідко синонімом слова “сленг” дослідники називають слово “жаргон” [18, с. 108].

І. Арнольд вказує, що “давати визначення сленговим словам слід у протиставленні до стандартного літературного словника. Це експресивні, здебільшого іронічні слова, які служать для створення нових назв для речей, які є звичайними темами обговорень” [3, с. 249]. Окрім того, дослідниця говорить про те, що “лексичне значення сленгового слова містить не лише денотативний, а й емотивний компонент (здебільшого виражає іронію) та всі інші можливі типи конотації – це експресивний, оцінювальний, стилістично забарвлений та маркований член стилістичної опозиції” [3, с. 251]. Тому сленг завжди вирізняється більшою експресивністю й точністю, ніж загальноживана мова.

Сленг може виконувати різні функції, наприклад, номінативну, характеристичну, оцінювальну, емоційно-експресивну, сатиричну тощо. У сучасних мультфільмах сленг використовується для того, щоб викликати емоцію, частіше сміх, тобто має гумористичний ефект. Як зазначає українська дослідниця Л. Ставицька, “функціонально-стилістичний параметр жаргонної лексики насамперед пов'язаний із потужною сміховою першоосновою, що є складником культури як такої та національної сміхової культури зокрема” [252, с. 11].

Актуальною є проблема перекладу сленгу з огляду на його здатність “постійно змінюватися, розширювати кордони, що розділяють його не лише з розмовною мовою, а і з мовленнєвим стандартом; його яскраве емоційно-експресивне забарвлення, лаконічність та образність” [4, с. 6]. Дослідженню перекладу сленгізмів присвятили свої роботи В. Алікберов, В. Балабін, В. Крупнов, І. Хіль, Г. Дерев'янка.

Розглянувши особливості вживання сленгової лексики при перекладі англійських мультфільмів українською та німецькою мовами, ми виокремили лексико-семантичні групи, у яких найчастіше зустрічається сленг: це лексика на позначення людей, лексика з позитивною та негативною оцінкою, лексика на позначення закоханості, розумових дій, розваг, валюти, а

також лексика зі словника наркоманів та різноманітні вставні слова. Слід зазначити, що використанням сленгової лексики серед усіх проаналізованих анімаційних фільмів найбільшою мірою характеризується АФ “Surf’s Up!” в українському перекладі.

Лексика на позначення людей стосується як назв окремої особи (переважно чоловічої статі), так і груп людей. Наведені нижче приклади показують, що англійське “*kid*” (за urbandictionary.com [249]: лексема, що зазвичай використовується на позначення друга чоловічої статі, яку можна замінити такою лексемою, як “*dude*”; вік особи при цьому не має значення) відтворюється українською мовою за допомогою яскраво вираженого сленгізму “*пацан*” (“поважна авторитетна людина в молодіжному угрупованні” за словником Л. Ставицької [252]; “хлопець”; “друг” за словником Т. Кондратюк [251]), рідше за допомогою лексеми “малий” як “звертання до набагато молодшого за віком або до дитини” [251]); у німецькому ж перекладі можна зустріти поширене у молодіжному лексиконі „*Kleiner*“, хоча досить часто взагалі опускається переклад даного слова, або використовується стилістично нейтральна лексика. На позначення осіб чоловічої статі, друзів або у якості звертань до чоловіків також використовуються сленгові слова “*man*”, “*guy*”, “*dude*” (останнє користується великою популярністю серед серферів, тому в АФ “Surf’s Up!” воно й уживається найчастіше). При перекладі українською мовою перевага надається сленговому слову “*чувак*” (“чоловік, рідше – друг” [251]; “молодий чоловік, юнак” [252]); досить часто у якості звертання до чоловіка або друга також використовується сленгізм “*старий*”. Німецькомовна версія мультфільму хоча й характеризується різноманітністю варіантів перекладу, але здебільшого це стилістично нейтральні „*Mann*“ та „*Junge*“ або ж повністю збережений американізм „*Dude*“.

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------|--|
| <i>Look, I'm not the only</i> | <i>Я ж тут був не єдиним</i> | <i>Ich bin nicht der Einzig</i> |
| <i>kid on the island... whose</i> | <i>пацаном</i> , чийого | <i>auf der Insel, dessen</i> |

| | | |
|---|---|---|
| <i>dad was, you know, eaten</i> [261, 00-05-58]. | батька, ну, з'їли. | <i>Vater, na ja, gefressen</i> <i>wurde.</i> |
| <i>Hey, Mikey, get this kid a</i> <i>board</i> [261, 00-18-28]. | Гей, Майкі, дай пацану дошку. | <i>Hey, Mikey besorg dem</i> <i>Kleinen ein Board.</i> |
| <i>...I got lost for a little</i> <i>while. But that kid there,</i> <i>Cody... ...he pointed the</i> <i>way back</i> [261, 01-11- 04]. | <i>Я був трохи заблукав, а</i> <i>потім Коді, отой</i> <i>малий пацан, він вивів</i> <i>мене на шлях.</i> | <i>Ich hab eine Weile mein</i> <i>Weg verloren, aber der</i> <i>Junge hier, Cody, er hat</i> <i>ihn mir wieder gezeigt.</i> |
| <i>You gotta try this</i> <i>blowhole thing, man</i> [261, 00-10-08]. | <i>Спробуй-но цю шнягу,</i> <i>чувачок.</i> | <i>Du musst mal die Wal-</i> <i>Trompete ausprobieren,</i> <i>Mann.</i> |
| <i>That guy has got talent.</i> <i>Bet you haven't seen that</i> <i>one before</i> [257, 00-42- 40]. | <i>Чувак має талант!</i> <i>Офігенно!</i> | <i>Der Junge hat Talent!</i> <i>Richtig nett! Wohl fett!</i> |
| <i>Dude, have you seen my</i> <i>friend Cody?</i> [261, 00- 25-58] | <i>Чуваки, не бачили мого</i> <i>друзяку, Коді?</i> | <i>Hey, Dude, hast du</i> <i>meinen Freund Cody</i> <i>gesehen?</i> |
| <i>You saved my life, man.</i> <i>Thank you</i> [261, 01-09- 53]. | <i>Ти врятував мені</i> <i>життя, дякую,</i> <i>старий.</i> | <i>Du hast mir das Leben</i> <i>gerettet, Mann.</i> |
| <i>You know, kid, never give</i> <i>up</i> [261, 00-03-10]. | <i>Знаєш, малий, ніколи</i> <i>не здавайся.</i> | <i>Weiß du, Kleiner, gib</i> <i>nie aus.</i> |

Група людей (як друзів, знайомих, так і незнайомих) та звертання до неї в молодіжному словнику американців позначається сленговим словом “*guys*”, його українським відповідником є “*народ*”, а німецьким „*Leute*“. Як бачимо, український та німецький відповідники набувають стилістичного забарвлення та виходять за межі літературної мови саме в даному контексті.

| | | |
|--|--|---|
| <i>That's enough, guys</i> [261, 00-18-33]. | Досить, народ! | <i>Ola-ola, alles reicht hier.</i> |
| <i>Hey, guys, the swell is happening over on the north shore!</i> [000, 01-11-47] | Народ , ходімо кататися на північний берег! | <i>Hey, Leute, auf der Nordseite ist heute eine Riesenbrando!</i> |
| <i>Clear out, fellas!</i> [255, E1-00-32] | Народ , на вихід! | <i>Raus mit euch, Freunde!</i> |

Якщо говорити мовою цифр, у 10% випадків німці опускають сленгове слово, у 70% – передають нейтральними словами (*Junge, Mann, Leute*), які не несуть яскраво вираженого стилістично зниженого забарвлення. А джерелом поповнення сленгової лексики в німецьких перекладах АФ є американський сленг (наприклад, *Dude* та *Kid*). Український переклад подає ширшу палітру стилістично забарвлених лексем у різних варіантах (*чувак, чувачок, пацан*).

Лексика з позитивною оцінкою. Детальний аналіз перекладів американських АФ показав, що найбільш експресивною є мова анімаційних персонажів в україномовних версіях мультфільмів. І головну роль у вираженні позитивних та негативних емоцій відведено саме сленгу. Як бачимо, досить часто в оригіналі маємо лексему, яка не виходить за межі літературної мови, що точно відтворено в німецьких перекладах: *really good - echt gut, enjoyable – vergnüglich, nothing like it – unvergleichlich, great – toll*, тоді як українські перекладачі використовують лексику не просто з розмовного прошарку, а з молодіжного словника. Улюбленими сленговими словами на позначення позитивних якостей та емоцій в українських перекладах стали: *кльово* (“добре, чудово” [252]), *крутий* (“модний, сучасний, гарний; прогресивний, модний, впевнений у собі, успішний; авторитетний, показовий, професійний, високого рівня” [251]), *ульот* (“вищий ступінь задоволення або якості” [251]) та похідні від них. Українські перекладачі не бояться використовувати в мові АФ і лайливу молодіжну

лексику: наприклад, *офігенно* (“вражаюче, сильно, гарно” [251]; “прекрасний, чудовий; який викликає захоплення” [252]) у мультфільмі “Madagascar-2”. Випадки повного збігу використання сленгу відразу у трьох версіях АФ різними мовами зустрічаються досить рідко: коли, наприклад, сленгове слово *radical* (“дуже гарний” [249] виступає синонімом до “cool”, “awesome”) відтворюється так само сленговою лексикою в українському та німецькому перекладах (відповідно *кльово* та *verschärft*), так само можна провести паралелі між: *awesome* – *відпадний* – *hammermäßig*. Як зазначалося раніше, німецькі перекладачі часто повністю зберігають англо-американську сленгову лексику у вихідному вигляді (наприклад, синонім до розглянутого вище сленгізму – “cool”).

Посилене використання сленгової лексики у перекладах АФ можна пояснити прагненням перекладачів створити дружню атмосферу перегляду. Л. Ставицька вважає жаргонізм смішними: “вони показують реальні потенції національної мови у царині сміхового олюдження світу. Цей сміх за своєю природою демократичний, ворожий будь-якій ієрархічності, високо комунікабельний, бо ж скорочує дистанцію між комунікантами і є знаком інтимно-довірливих, фамільярних стосунків” [252, с. 14]. Адже дітям демонструється зарубіжний мультфільм зі своїми реаліями, які часто є чужими для української аудиторії. І саме мова зближає глядачів із ситуацією, зображеною на екрані.

| | | |
|--|--|---|
| <i>I'm really good, man. I'm the best on the island [261, 00-03-50].</i> | <i>Я ж кльово катаюся, краще за всіх на острові.</i> | <i>Ich bin echt gut, Mann. Ich bin der beste auf der ganzen Insel.</i> |
| <i>He was so deadly in fact, that his enemies would go blind from overexposure to pure awesomeness [258, 00-01-10].</i> | <i>Він був такий вправний, що вороги аж сліпли від сяйва його чистої кльовості.</i> | <i>Er war so gefährlich, dass seine Feinde beim bloßen Anblick seiner bärenstarken Erscheinung</i> |

| | | |
|--|---|--|
| Slater, Machado. How's it going, bros?.. | Здорова, Слейтер, Мачадо! Як житуха? | erblindeten. |
| - Radical [261, 00-14-20]. | Кльово! | Slater, Machado. Wie läuft's? |
| That's really cool of you to come back [261, 00-28-36]. | Кльово , що ти повернувся. | Verschärft! |
| As enjoyable as it was, I still had a vision of my quest... thank you, see you guys later. I gotta get going [261, 00-43-18]. | Та як би кльово не було, я пам'ятав, що в мене є спеціалізація... пацани, не сумуйте, я пішов. | Es ist cool , dass du zurückgekommen bist. |
| Hey guys. Is this place great or what? [257, 00-44-26] | Гей, народ! Тут туну кльово , чи як? | So vergnülich es auch war, hatte ich trotzdem stets meine Mission vor Augen... danke sehr, man sieht sich und Grüß allen! |
| - We're in the finals, Joe. | Ми в фіналі, Джо! | Hey, Jungs! Ist toll hier oder nicht! |
| - No way! We get to surf some more? [261, 01-03-53] | Ульот , можна ще кататися. | Wir sind im Finale, Joe. Ist nicht wahr, wir surfen weiter? |
| - Yeah, man. Nothing like it [261, 00-50-20]. | Так, труба – це повна круть . | Oh, ja, Mann. |
| You are awesome . Last thing I'm gonna say [258, 00-28-46]. | Ти – відпадний . Це останні мої слова. | Unvergleichlich. |
| That is definitely not crackalacking [257, 00-23-20]. | Це все дуже не чікініково! | Du bist hammermäßig . Mehr sag ich nicht. |
| | | Das ist nicht cool! |

Цікавим для перекладу, на нашу думку, є останній уривок. Тут уже англомовний текст містить сленгову лексику з “авторського” словника

(одним зі значень слова “crackalacking” є “той, що цілий день курил крек”, від чого маємо похідне значення: “захоплююче, неймовірно”, окрім того, ця лексема використовується на позначення мови дітей. Український переклад також містить жаргонізм “чікіпіково” – похідний від “чікі-пікі” (“чудово, прекрасно” [252]), що повністю відповідає вихідному варіанту. Німецький перекладач, зі свого боку, хоч і не звернувся до німецької жаргонної лексики, але для збереження стилістичного забарвлення використав англіцизм “cool” (“класно” [249]).

Слова з негативною оцінкою. Цей прошарок лексики використовується для вираження негативних емоцій та відображення негативних явищ та їхніх наслідків. У ході аналізу ми зіткнулися з таким самим явищем, як і при використанні лексики з позитивною оцінкою: українські перекладачі заради створення більшого емоційного ефекту звертаються до сленгової лексики набагато частіше, ніж автори оригіналу та німецькі перекладачі. І тут українські перекладачі мають улюблений сленгізм на позначення негативних явищ – *лажа* (“щось погано зроблене; проблема, прикрість, неприємна ситуація; сором” [251]) та похідні від названої лексеми *облажатися, лажання*. Хоча у трьох версіях АФ зустрічається лексика, яка використовується лише в розмовній мові та має яскраво виражений знижений характер.

| | | |
|--|--|---|
| <i>We need dynamite, do you have any dynamite? Oh, snap, I just used my last... [257, 01-03-16]</i> | <i>Є динаміт? От лажа! Останню шапку використав вранці!</i> | <i>Hast du Dynamit dabei? So, Mist! Ich habe heute Morgen das letzte aufgebraucht!</i> |
| <i>When you focus on kung fu, when you concentrate, you stink [258, 00-54-57].</i> | <i>Коли ти весь у кунг-фу, у тебе виходить лажа.</i> | <i>Wenn du dauernd an Kung Fu denkst, dich zu sehr konzentrierst, klappt es nicht.</i> |

| | | |
|--|--|---|
| <i>I probably sucked more today than anyone in the history of kung fu. In the history of China. In the history of sucking [258, 00-30-08].</i> | <i>Я сьогодні облажався як ніхто в історії кунг-фу. В історії Кумаю. В історії лажань.</i> | <i>Ich hab heute so versagt wie sonst noch niemand in der Geschichte des Kung Fu. In der Geschichte Chinas. In der Geschichte des Versagens.</i> |
| <i>Well, he didn't win. What? How bad was it? Did he get smoked? [261, 01-14-50]</i> | <i>Він не виграв. Він справді облажався? І що, сильно?</i> | <i>Er hat nichts gewonnen. Was? Wie schlimm war es denn am See? Hat er blamiert?</i> |

Цілий синонімічний ряд використовує український перекладач для позначення безвихідної ситуації, кінця: сленгові слова *торба*, *кранти*, *гаплик* експресивно відтворюють зміст вихідного висловлювання. Так само як і сленгізм *облом*, одне зі значень якого є “неприємність” [252].

| | | |
|--|--|--|
| <i>Better keep that knot tight. You lose it during a contest, it's a goner [261, 00-28-40].</i> | <i>Зав'яжи вузлика міцніше, бо загубиш на змаганнях – і кранти.</i> | <i>Nächstes Mal mach einen richtigen Knoten. Denn wenn du sie im Wettkampf verlierst, ist sie futsch.</i> |
| <i>I thought I killed you [261, 00-31-08].</i> | <i>Я вже думав тобі гаплик.</i> | <i>Ich dachte, ich hatte dich umgebracht.</i> |
| <i>Man. I thought I was gonna lose it... [261, 01-03-19]</i> | <i>Ой, мама, я думав мені вже все – торба.</i> | <i>Oh, Mann. Ja, ich habe verliert die Kontrolle...</i> |
| <i>I wasted my whole day and I have nothing to show for it [261, 00-44-48].</i> | <i>Я згаяв цілий день – і такий облом.</i> | <i>Ich hab den ganzen Tag verplempert und nichts erreicht.</i> |

Нерідко в АФ з’являються лексеми на позначення людей з негативною оцінкою: *buttman* – *дупоман* – *Po-Mann* (як бачимо, перекладачі використали повні відповідники понять, які однаковою мірою передають і зміст, і форму висловлювання). В українських версіях мультфільмів можна, окрім того, зустріти лексику, яка дає негативну характеристику персонажам, що в оригіналі прочитується між рядків, але не виражається вербально. Тобто, мова йде про експлікацію імплікацій. Так, пінгвін з мультфільму “Surf’s Up!” звертається з неповагою до свого старшого брата, який не відзначається видатними розумовими здібностями, називаючи його *лохом* (“дурень, йолоп; людина, яку не поважають у колективі” [251]). Сленгізм-епітет *прибацаний* (“ненормальний, дивакуватий, непотрібний” [251]) також додає експресивності висловлюванню.

| | | |
|--|--|--|
| <i>Buttman, na-na-na-na</i> [255, E3-16-52]. | <i>Дупоман, на-на-на-на!</i> | <i>Po-Mann, na-na-na-na...</i> |
| <i>Does he have to be here?</i> [261, 00-01-08] | <i>Цей лох тожже тут буде?</i> | <i>Warum muss der dabei sein?</i> |
| <i>What are you standing here next to me for?</i> [261, 00-15-27] | <i>Ну чого ти стоїш, як прибацаний?</i> | <i>Was hängst du hier um und stehst du die Flossen blad?</i> |

Однак ми нашттовхнулися і на такі приклади перекладу, коли й українські (що досить нетипово), і німецькі перекладачі не зверталися до сленгової лексики, навіть коли така була в оригіналі.

| | | |
|---|--------------------------------------|----------------------------------|
| <i>Come on. Let's go, loser</i> [261, 01-11-30]. | <i>Давай, гребі, невдахо.</i> | <i>Komm schon, du, Versager.</i> |
|---|--------------------------------------|----------------------------------|

Закоханість. Ця лексико-семантична категорія характеризується стилістичною однорідністю оригіналу та його перекладів українською та німецькою мовами. Так, на позначення стану закоханості, захоплення кимось американська молодь використовує сленгове слово *to dig*, українська – *запасти, пертисся від когось, втріскатися*, а німецька – *stehen auf jemandem*).

Однаковим стилістичним забарвленням характеризуються також наступний ряд слів: *gonna kiss* – *цьомкати* – *schmatzen*.

| | | |
|--|--|---|
| <i>She's digging on you</i> [261, 00-15-35]. | Її пре від тебе. | <i>Sie steht voll auf dir.</i> |
| <i>And then you gotto say:</i> <i>Baby, I dig you</i> [257, 00-50-01]. | <i>І скажи їй: “Мама, я на тебе запав!”</i> | <i>Und dann sagst du ihr: „Baby, ich stehe auf dir!“.</i> |
| <i>You were saying you were in love</i> [261, 00-16-09]. | <i>Ти ж казав, що втрискався в неї.</i> | <i>Hast du gesagt, dass du verliebt bist?</i> |
| <i>Are you gonna kiss her?</i> [261, 00-16-11] | <i>Гей, Коді, то ти цьомкнеш її чи ні?</i> | <i>Hey, du, schmatze sie auch.</i> |

Розумові здібності. Для питання про зрозумілість сказаного та відповіді на нього в оригіналі та українському перекладі використовується однаковою мірою стилістично маркована лексика, тоді як німецькі переклади характеризуються у більшості випадків (окрім, наведеного нижче дієслова *kapieren*) стилістичною нейтральністю.

| | | |
|---|--|---|
| <i>It's gonna be the best board...you ever had. All right?</i> [261, 00-29-27] | <i>Це буде твоя найкраща дошка, врубився?</i> | <i>Das wird das beste Board, das du jemals hattest. Einverstanden?</i> |
| <i>Good, I got it</i> [261, 00-33-55]. | <i>Добре, добре, я врубився!</i> | <i>Okey, schon kapiert.</i> |
| <i>All right!</i> [261, 00-41-11] | <i>Ага, в'їхав.</i> | <i>Ja, schon klar.</i> |

Наркоманія. Нерідко джерелом формування молодіжного жаргону, зокрема українців, є лексика наркоманів. Цьому підтвердження можна побачити при перекладі наступних уривків:

| | | |
|---|---|---|
| <i>Dude, you gotta try this.</i> | Брате, спробуй-но цю | <i>Dude, beiß mal das</i> |
| <i>No, I'm okay [261, 00-10-08].</i> | шнягу. | <i>rein.</i> |
| <i>Come on. Just one bite [261, 00-14-59].</i> | Шнягу? Їж сам. | <i>Nein, was muss das sein?</i> |
| | <i>Та ханни, чого ти?</i> | <i>Kalmaren-Kebab. Beiß rein.</i> |
| <i>You're getting quite a workout there. That feels good [261, 00-18-12].</i> | О, який кайф , це чудово розслабляє. | <i>Wow, das nenne ich Aufbau-Training. Das tut gut.</i> |
| <i>I hate to be a party pooper but... [257, 00-25-52]</i> | Не люблю бути кайфоломщиком , але... | <i>Ich will kein Spielverderber sein, aber...</i> |
| <i>Am I trappen? [257, 00-19-03]</i> | <i>Мамо, у мене галюніки!</i> | <i>Na, träume ich...</i> |

Вартий уваги той факт, що українські перекладачі виявилися своєрідними рекордсменами у використанні лексики даного прошарку суспільства, адже лише в останньому випадку в оригіналі міститься сленгове слово *trap*, яке походить з мови осіб, що мають потяг до вживання наркотиків та означає “продавати, вживати наркотики” [249]. Український перекладач також використав жаргонну лексику: “галюніки – стан, коли хтось бачить те, чого насправді немає” (можливо, саме внаслідок наркотичного сп’яніння [252]). У німецькому ж варіанті бачимо дієслово *träumen* (мріяти, спати), що передає зміст висловлювання, однак стиль залишився поза увагою перекладача.

Розваги. Аналізуючи переклад сленгової лексики на позначення розваг, ми вкотре зіткнулися із запозиченням німецькими перекладачами англо-американізмів, при цьому введені у текст німецькомовного АФ запозичення у більшості випадків отримують типову для німецької мови флексію (-en). Цим можна пояснити використання синоніму (*to chill*) до

сленгового слова *to hang out* (“весело проводити час, розважатися, відпочивати” [249], те саме що *тусуватися* в українському перекладі), адже до останнього приєднання німецького закінчення є неможливим.

| | | |
|--|--|---|
| <i>We should hang out.</i> - <i>Agreed</i> [258, 00-02-05]. | <i>Потусуємоць? – Згоден.</i> | <i>Lass uns mal chillen? – Geht klar.</i> |
| <i>But hanging out would have to wait</i> [258, 00-02-08]. | <i>Тусування зачекає, коли перед тобою 10 тисяч демонів.</i> | <i>Aber das Chillen musste noch warten.</i> |

Валюта. Для відтворення назви грошової одиниці США – долару, - молодь, американська та українська, використовує однакові сленгові слова – *bucks* та *бакси*. Німецькі перекладачі, у свою чергу, або вводять у текст АФ нейтральне за стилістикою поняття, або ж узагалі уникають його вербалізації, спираючись на візуальну інформацію, хоча в німецькій мові є ціла низка жаргонізмів для найменування грошей.

| | | |
|--|---|--|
| <i>Nine bucks? This one's on me</i> [255, E1-06-31]. - <i>I'll give you 50 bucks.</i> - <i>Our fee is nonnegotiable.</i> - 75 [255, E2-11-20]. | <i>9 баксів? Я плачу.</i> - <i>Плачу 50 баксів.</i> - <i>У нас тут не базар.</i> - 75. | <i>Neun Dollar? Die Fahrt spende ich.</i> - <i>Ich gebe Ihnen 50.</i> - <i>Unsere Gebühre sind keine Verhandlungsbasis.</i> - 75. |
|--|---|--|

Вигуки, які не мають ні лексичного значення, ні граматичних ознак, а також **частки** виражають почуття, емоції, переживання, волевиявлення мовця, не називаючи їх, та роблять, таким чином, мову персонажів більш природною, наближеною до реального спілкування. Так, наприклад, українські перекладачі активно вживають лайливу лексику: для вираження невдоволення, розчарування, а інколи й захоплення, молодь використовує сленгізм *блін*, а слово-паразит *типу* виражає неповну вірогідність щодо висловленого в реченні.

| | | |
|---|---|--|
| <i>What's up, man? I'm Cody [261, 00-00-48].</i> | Ну привіт, туну , я Коді. | <i>Was geht, Mann? Ich bin Cody.</i> |
| <i>Dude, look where I'm standing where Z stood.</i> | Диви-диви, це ж він тут стояв! Прикольно, блін . | <i>Hey Alter, guck mal. Ich stehe wo damals Z stand! Oh Mann, oh Mann.</i> |
| <i>Aw, man [261, 00-14-53].</i> | | |
| <i>Oh, no. Where's my necklace? [261, 00-26-53]</i> | Блін , де мій амулет? | <i>Oh, nein-nein-nein. Wo ist meine Kette?</i> |

Як у філологів, так і в пересічних мовців може скластися враження, що українська жаргонна лексика має російський характер, українська мова є неконкурентоспроможною у розмовній, стилістично-зниженій сфері спілкування. “Тут дається ознаки поросійщення й тотальна або спорадична втеча до сміху чужої мови. А тому кальок, суржику, російських вкраплень у сучасному українському жаргоновживанні аж занадто... Однак суржикове слово у суто комунікативному аспекті не завжди свідчить про брак мовної культури чи незнання українського лексичного відповідника: нерідко... чужомовність підсилює іронічне, сміхове начало, закладене у цій лексиці” [252, с. 15].

Ознайомившись з практичним матеріалом, цілком слушно може постати питання доцільності використання сленгу в мультфільмах. Хіба сленг – це позитивне явище? Єдиної відповіді на це питання немає. Як говорив в одному з інтерв'ю В. Радчук, “однозначна відповідь затулила б від нас суть явища. Треба якнайповніше знати словник, усі стилі та реєстри своєї мови й уміти послуговуватися ними відповідно до різних обставин. У кожного слова своя одежа. У смокінгу не ходять на пляж, у купальнику – до театру, у домашньому халаті – на офіційне прийняття. Власне, це ази культури... Усе має бути до діла й визначатися почуттям міри” [100].

У цьому контексті слід навести один приклад з мультфільму “Мадагаскар-2”, коли український перекладач забув, для якої аудиторії він це робить: *You know what Moto-Moto means? It means «hot hot»./ Знаєш, що Мото-Мото значить? Означає «трах-трах»!/ Weisst ihr, was Motto-Motto heißt? Das bedeutet „heiß-heiß“!* [257, 00-44-43]

Загальновідомим є той факт, що сучасні мультфільми є далеко не дитячими, у них міститься абсолютно дорослий підтекст. Але зрозумілим цей “підтекст” має бути лише для дорослих. І він повинен лишатися підтекстом. Цілком очевидно, що в оригіналі мається на увазі під словами “hot-hot”, як і в німецькомовному варіанті „heiß-heiß“. То чому ж український перекладач вдався до крайнощів? Ніхто, на нашу думку, не захоче опинитися на місці матері чи батька, яким доведеться пояснювати своїй п’ятирічній дитині після перегляду мультфільму, що означає те “трах-трах”.

Таким чином, при перекладі АФ доцільним є використання сленгу як прояву живої, народної мови. Адже діти – це та аудиторія, з якою необхідно говорити просто. Однак найбільш складне завдання при цьому – не переступити тонку межу між простотою та вульгарністю.

3.2 Англомовні запозичення при перекладі сучасного кіно для дітей

Оскільки переклад кінопродукції є переважно перекладом з англійської мови, остання відповідним чином “позначається” на результаті роботи трансляторів. Проблемі англійських запозичень присвятили свої праці вітчизняні та зарубіжні дослідники (Б. Ажнюк, О. Ахманова, В. Виноградов, Ю. Жлуктенко, О. Муромцева, О. Пономарів, І. Огієнко, В. Самійленко, С. Семчинський, Д. Шмельов, Л. Блумфільд, Е. Хауген, А. Мартінет, Ю. Вайнрайх та інші). Однак до сьогодні не було жодних спроб здійснити принаймні мінімальний лінгвістичний аналіз англіцизмів, які використовуються при перекладі сучасних англомовних АФ.

В енциклопедії української мови зустрічаємо наступне визначення “англіцизму”: “це різновид запозичення; слово, його окреме значення, вислів тощо, які запозичені з англійської мови або перекладені з неї чи утворені за її зразком” [120, с. 17]. У свідомості мовців англіцизми відображаються як чужорідні елементи, які зберігають ознаки свого генезису: фонетичні, словотвірні, семантичні. Низка англіцизмів позначає національні (англійські, американські) реалії, предмети і явища зі сфери економіки та бізнесу, політики, спорту, техніки тощо.

Е. Ріхтер у своїй роботі “Fremdwortkunde” вказує, що основною причиною запозичення слів є потреба у називанні речей і понять [223, с. 80-86]. Тут же перераховуються й інші причини запозичень, різні за характером: мовні, соціальні, психологічні, естетичні; потреба у розчленуванні понять, потреба у нових мовних формах, у різноманітності засобів та їх повноті, лаконічності, зрозумілості, зручності. Окрім названих потреб, упровадження запозичень стимулюється модою, потребами журналістики та сучасної художньої літератури.

Вітчизняні та зарубіжні германісти відзначають, що проблема іншомовних слів у німецькій мові на сьогодні майже виключно є проблемою запозичень з англійської мови. За даними німецьких лінгвістів, загальна кількість англо-американізмів, які існують сьогодні в німецькій мові, складає близько 6000 слів [108, с. 103]. Запозичення лексики англійського походження в німецьку та інші європейські мови детермінується такими чинниками, як значний політичний та економічний авторитет США як супердержави на міжнародній арені та особливим статусом англійської мови як мови міжнародного спілкування. Входженню англіцизмів сприяє, окрім того, широкомасштабний експорт продуктів сучасної американської масової культури, під час якого, завдяки надзвичайній атрактивності, так званого, американського способу життя, нові речі, поняття та явища запозичуються разом зі своїми назвами. Цьому в свою чергу часто сприяє двомовність

сучасних носіїв німецької мови, оскільки “індивідуальна культурна двомовність може бути каналом мовних контактів” [226, с. 247]. Саме завдяки двомовності і через переклади великі мови сучасної цивілізації впливають зараз одна на одну [226, с. 247].

До немовних чинників, які сприяли входженню англіцизмів до українського слововжитку, Н. Попова відносить: 1) відкритість українського суспільства для культурного й мовного англо-американського впливів; 2) надзвичайне розширення міжнародних контактів; 3) надзвичайне зростання припливу іноземної продукції на український ринок; 4) мода чи авторитетність (часто нав'язана повсюдним рекламуванням) іноземних виробів [96, с. 3].

Мовними причинами англійських запозичень на сучасному етапі розвитку української мови є: 1) потреба у поповненні, а то й створенні лексико-семантичної групи, відсутньої або недостатньої у певний історичний період у мові-реципієнті; 2) вища термінологічна визначеність запозичуваного слова у мові-джерелі порівняно з відповідником у мові-реципієнті; 3) досягнення певного стилістичного ефекту завдяки своєрідності, більшій виразності деяких запозичень [56, с. 76].

3.2.1 Доцільність використання запозиченої лексики в анімаційних фільмах. Наприкінці минулого століття сформувалися два погляди на запозичені елементи. З одного боку, дослідники визначають позитивний вплив іншомовної лексики на лексичну систему мови, наближаючи, наприклад, мову за допомогою асимільованих іншомовних запозичень до світових досягнень у суспільно-політичній, економічній, управлінській, торгівельній сферах (Д. Джоунз, І. Ворд, А. Сміт, В. Виноградов, Д. Лотте). З іншого боку, учені зазначають, що перенасичення й засмічення рідної мови чужими лексемами нерідко відбувається за наявності власних відповідників:

“Нас не цікавлять англійські запозичення самі по собі, нас тривожить бездумна англоманія” [85, с. 27]. Вітчизняні прихильники цього погляду впевнені, що запозичення роблять українську мову біднішою, тому їх потрібно уникати в текстах, знаходячи українські відповідники (М. Шанський, С. Бережан, Н. Білецький). В одній зі своїх статей В. Радчук розвиває тему англіцизмів в українській мові та говорить про сучасний український варіант англійської мови, що носить гірку назву – “укрлиш” (тобто українська інглиш) [99, с. 26-30]. Так само і в Німеччині поборники самобутнього розвитку рідного слова намагаються “очистити” німецьку мову від “денглиша” (Deutsch + Englisch) – сучасного німецько-англійського суржика, що непомітно і практично нестримно заповнив німецьку мову. Нині простежується надмірне вживання англо-американізмів, яке може призвести до стирання мовної та культурної ідентичності Німеччини [118, с. 475]. Нові запозичення сприймаються позитивно представниками ЗМІ та молодими носіями мови, оскільки ці слова, на їхню думку, відповідають духові часу. Однак масове поширення англіцизмів у німецькій мові хоча й розглядається з різних позицій, але оцінюється переважно негативно:

- з точки зору психології: вживання англіцизмів вважається снобізмом, елітарним вживанням;
- з точки зору філології: англіцизми є непотрібними для німецької мови і тому призводять до утворення дублетів;
- з точки зору політики: вживання запозичень веде до втрати національної ідентичності;
- з соціальної точки зору: англіцизми викликають труднощі у людей старшого віку, які не знають і не мають бажання знати англійську мову [118, с. 477].

На нашу думку, сьогодні, коли мова повсякденного спілкування є відкритою до англомовних запозичень, цей процес не слід сприймати однобічно, оскільки в сучасному світі високих технологій, активних зв'язків

між країнами та націями іншомовні елементи відіграють ряд функцій, які можна вважати позитивними. Адже лексика іншомовного походження часто слугує формою вираження мовленнєвої експресії. Але, звичайно, переобтяження мови такими елементами шкодить їй, заважає її розвиткові та збереженню.

3.2.2 Лексико-семантичний та кількісний аналіз англіцизмів у перекладах анімаційних діалогів. Для проведення дослідження англійських запозичень у сучасних перекладах мультфільмів українською та німецькою мовами ми розглянули та перевірили на наявність лексики англійського походження українсько- та німецькомовні переклади АФ. У ході аналізу з'ясувалося, що зі зростанням кількості “нерідних” користувачів англійської мови, у перекладах сучасних англomовних мультфільмів відповідно збільшується кількість англіцизмів. В АФ вони виконують наступні функції: називання речі; створення атмосфери фільму-оригіналу та збереження, таким чином, національного колориту; створення певного соціального колориту (наприклад, вказівка на молодіжне середовище, яке активно послуговується англійськими “модними” словами); мовна економія; підвищення емоційності висловлювання. Причому про доцільність використання англійських запозичень у всіх наведених вище випадках говорити не можна. Адже лише тоді, коли запозичена лексика виконує стилістичну функцію, її використання є виправданим.

Як зазначає Т. Гербст, функцію збереження місцевого колориту фільму-оригіналу виконує особливий клас слів, які знаходяться на межі у класифікації іншомовної лексики, – власні назви [185, с. 131]. Якщо при перекладі українською мовою вони транскрибуються, то імена осіб та назви установ, назви населених пунктів у німецьких перекладах залишаються без змін, на чому ми вже наголошували в попередньому розділі. Окрім того,

німецькі перекладачі зберігають типово англійські звертання: *Hey, Miss Sally. Darf ich um diese Fahrt bitten?* Та назви осіб: *Hast du ein Verstand verloren? Wir brauchen Hilfe! Und du belästigst eine alte Lady!* або *Hey, Lady, warten Sie mal!* У німецькому перекладі в усіх випадках залишається англіцизм «*die Lady*», тоді як українські перекладачі вдаються до українських варіацій на зразок: *Чи ти сказився? Ми в такій біді. А ти нападаєш на старих жінок? // Старушенція, заждіть, будь ласка!*

Не можна лишати поза увагою той факт, що особливу роль при запозиченні відіграє принцип мовної економії, яким так часто керуються у сфері аудіовізуального перекладу. Запозичене слово виявляється коротшим, змістовнішим, виразнішим, ніж відповідне українське словосполучення або багатоскладове, а іноді багатокореневе, німецьке слово. В українському та німецькому перекладах англомовних АФ численними виявилися запозичення, пов'язані з наступними **лексико-семантичними групами**:

Авто та спорт як об'єкти особливої любові американців зумовлюють упровадження та поширення англіцизмів із названих сфер по всьому світу, що ілюструють наведені нижче приклади:

| | | |
|--|--|---|
| <i>McQueen's not going into the pits</i> [256, 00-06-36]. | МакКвін не робить технічної зупинки . | <i>McQueen macht immer noch keine Box.</i> |
| <i>Looks like Chick got caught up in the pits</i> [256, 00-06-44]. | Чик чомусь затримався на nim-стопі . | <i>Chick war ziemlich lange an der Box.</i> |

Як бачимо, український перекладач використовує як англіцизм (*nim-stop*), так і його український відповідник (*технічна зупинка*); у німецькому перекладі маємо лише англійське запозичення, хоча й не вихідне (*die Box*).

| | | |
|--|--|--|
| <i>We're live at the Los Angeles International Speedway [256, 00-27-15].</i> | Це прямий репортаж з авто-треку Лос-Анджелеса. | <i>Wir berichten live von der Renntrecke in Los Angeles.</i> |
|--|--|--|

В обох перекладах складне слово утворено за допомогою англійського „*track*“: *авто-трек* – *die Renntrecke*. Однак, якщо українською мовою ми маємо “*прямий репортаж з авто-треку*”, то німецькою використано типово англійське “*live*”.

| | | |
|---|--|--|
| <i>It appears McQueen has got himself a pit crew. And look who he has for a crew chief! [000, 00-00-00]</i> | Здається, МакКвін знайшов собі механіків . Ти тільки глянь, хто у них за старшого! | <i>Jetzt hat McQueen nicht nur eine neue Boxencrew, sondern auch einen ganz besonderen Teamchef.</i> |
|---|--|--|

У цьому випадку бачимо, що український перекладач вдало передав зміст повідомлення, не звертаючись до англомовних запозичень. Німецький транслятор навпаки зберігає англіцизми всюди, де це лише можливо, що спричиняє підвищене пронизування німецьких кіноперекладів іншомовною лексикою.

Економіка та бізнес. Сучасна англійська економічна термінологія та англіцизми зі сфери шоу-бізнесу повністю витискають власне німецьку термінологію, що підтверджують яскраві приклади:

| | | |
|--|--|---|
| <i>How you doin', buddy? My star client disappears off the face of the earth! How do you think I'm doing? [000, 01-25-03]</i> | Як справи, старий? Мій головний клієнт неначе крізь землю провалився, які тут можуть бути справи?!! | <i>Wie geht's dir, mein Freund? Mein grösster Star ist wie vom Erdboden verschluckt. Wie soll es mir da gehen?</i> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|---|
| <i>You're everywhere! Radio, TV, the papers! You can't buy this kind of publicity! [256, 01- 28-43]</i> | <i>Малий, ти скрізь: радіо, телевізор, газети. Такої реклами й за гроші не купиш.</i> | <i>Du bist überall, Baby. Im Radio, im Fernsehen, in den Zeitungen. So viel Publicity ist unbezahlbar.</i> |
|--|--|---|

При цьому, якщо англіцизм *star* входить до активного слововжитку німецької молоді, то використання англійського *Publicity* замість німецького *Werbung* може призвести до нерозуміння повідомлення.

Силіві структури представлені в сучасних АФ низкою понять, що відображено в наведеному нижче прикладі:

| | | |
|---|--|---|
| <i>I'll give you a police escort, and we'll make up time [256, 01-21- 51].</i> | <i>Дам тобі поліційний супровід – і ми встигнемо.</i> | <i>Ich geb dir eine Polizeieskorte und dann holen wir die Zeit wieder auf.</i> |
| <i>Thank you, Sheriff [256, 01-21-54].</i> | <i>Дякую, шериф.</i> | <i>Vielen Dank, Sheriff.</i> |

Розгляньмо українське словосполучення *поліційний супровід* та німецьке складне слово *die Polizeieskorte*, що є запозиченнями від *police escort*. Якщо в німецькому перекладі англіцизм збережено повністю, то в українському – замість англійського *ескорт*, використано українське *супровід*. Обидва переклади здійснено методом калькування (неповного калькування в українському варіанті). Англіцизм *шериф* збережено в обох перекладах, що дозволяє зберегти територіальний колорит, не наштотвхуючись при цьому на нерозуміння його семантики цільовою аудиторією.

Нерідко українськими та німецькими перекладачами використовується **сленгова лексика** англійського походження, причому в українських перекладах особливо часто зустрічається лексема *супер*:

| | | |
|-----------------------------------|----------------------------------|---|
| <i>There. Perfect. You</i> | <i>Є, супер! Ти знову</i> | <i>So, perfekt. Du hast mich</i> |
|-----------------------------------|----------------------------------|---|

| | | |
|--|---|--|
| <i>saved me again, Bolt</i> [262, 00-13-53]. | <i>герой, Вольт.</i> | <i>wieder gerettet, Volt.</i> |
| <i>By the way, huge fan, love it, love you, gotta go</i> [258, 00-28-01]. | <i>До речі, я твій фан. Ту – сунер.</i> | <i>Übrigens: ich bin dein Fan. Du bist toll.</i> |

Необхідно зазначити, що запозичені англійські й англо-американські терміни у системі німецької та української мов отримують нове оформлення, зазнають адаптації – комплексного процесу, який охоплює всі сторони існування і розвитку слів у мові. “Запозичення стає невід’ємною частиною лексико-семантичної системи мови-реципієнта, починає розвиватися на ґрунті мови, що запозичує згідно з існуючими у ній законами. Воно взаємодіє з лексичними одиницями мови, встановлюючи з ними семантичні зв’язки” [61, с. 1].

| | | |
|--|---|--|
| <i>What? A minivan? Come on, you're in the slow lane. This is Lightning McQueen you're hauling here</i> [256, 00-18-20]. | <i>Що? Бусик перегнав? Гей, Мак, повільно їдеш. Ту ж тину МакКвіна везеш!</i> | <i>Was? Ein Minivan, Mack? Dümpel nicht auf der Kriechspur. Du kutschierst McQueen durch die Gegend!</i> |
|--|---|--|

У даному випадку український перекладач вирішив не подавати назву автомобіля *minivan* (як зробив його німецький колега), а замінити її більш звичним для української мови англіцизмом. Тому український переклад характеризується більшою експресивністю, що робить перегляд іноземного кіноматеріалу ближчим для вітчизняного глядача. Тобто, англіцизми, адаптовані до української мови за допомогою афіксації, використовуються у мові мультфільмів також і як стилістичний засіб. Адже значна кількість слів, утворених у такий спосіб, зберігає образність і експресивність.

| | | |
|---|--|--|
| <i>Where are you? I can't even find you on my GPS</i> | <i>Та де ти? Я тебе ні джнінесом, ні собакою</i> | <i>Wo bist du? Ich seh dich nicht auf dem GPS.</i> |
|---|--|--|

[256, 01-28-53]. | *знайти не можу!* |

О. Негребецький (на відміну від німецького перекладача) виходить за рамки тексту оригіналу, намагаючись надати українського забарвлення до більш нейтральної англомовної фрази “*I can't even find you on my GPS*”. По-перше, не кожен українець, а особливо дитина, знає, що *GPS* – це останнє слово у сфері автомобільної навігації; по-друге, глядач, коли дивиться мультфільми, розраховує зануритися в атмосферу простоти та позитиву. Саме тому перекладач і розширює текст діалогу, додаючи до вихідного тексту український фразеологізм “*з собаками не знайти*”.

Кількісний склад англіцизмів у перекладах АФ відображено на рисунку 3.1:

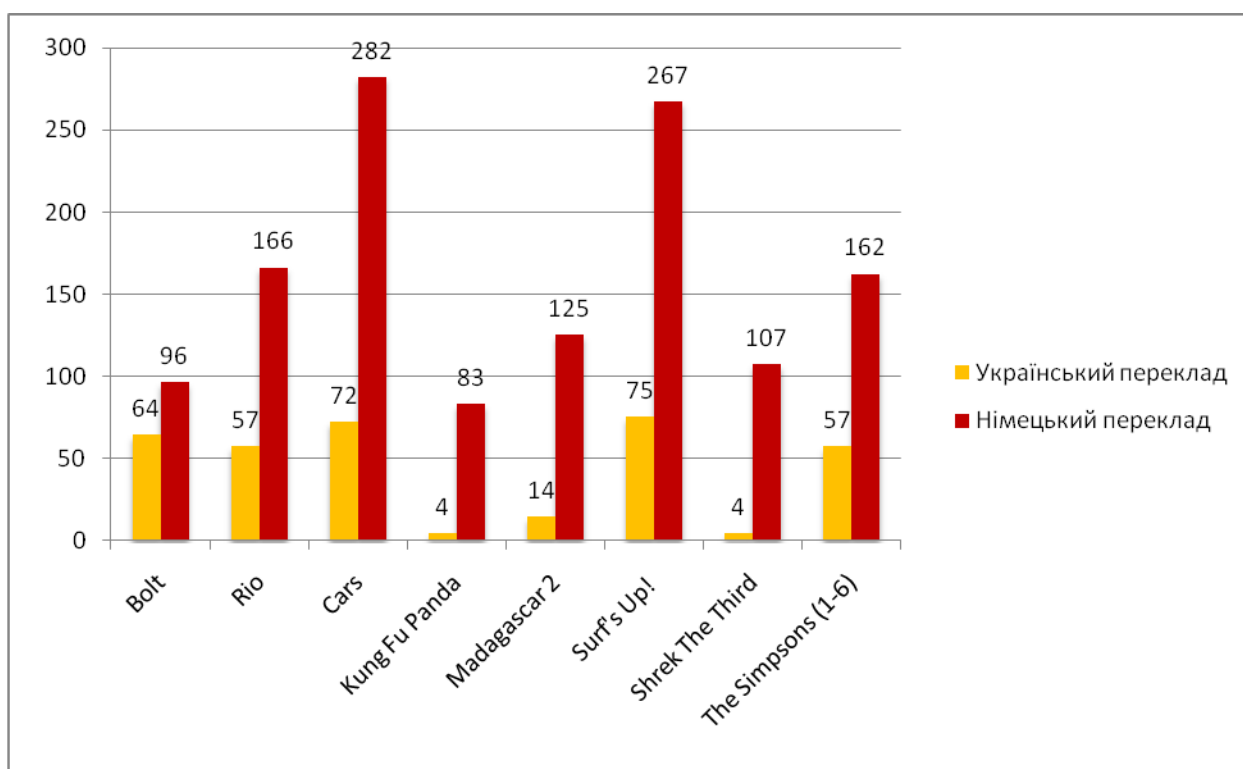


Рис. 3.1 – Англіцизми в перекладах АФ

Порівнявши переклади АФ, ми дійшли наступного висновку: особливою рисою німецьких перекладів АФ є надмірне використання лексики англійського походження; а віддалення сюжету мультфільмів від

зображення американської дійсності до змалювання інших культур (наприклад, східної – у “KungFu Panda”) спонукає перекладачів шукати наявні в рідній мові відповідники англіцизмам.

Окрім того, у ході аналізу нам вдалося з’ясувати, які слова-англіцизми найчастіше зустрічаються та повторюються не менше, ніж у п’яти німецьких перекладах сучасних АФ (Рис. 3.2):

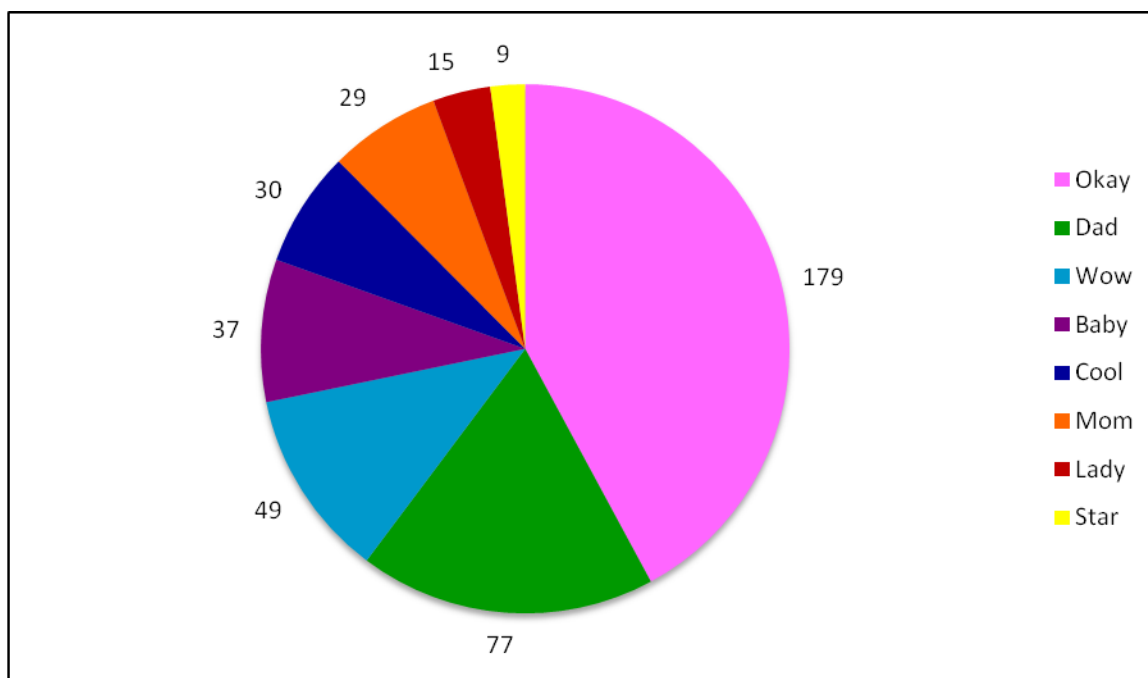


Рис. 3. 2 Найпоширеніші англіцизми в німецьких перекладах АФ

Як бачимо, слова *Okay* та *Dad* повністю витіснили німецькі відповідники. У цьому контексті необхідно зазначити, що в українських перекладах англіцизм *Okay* з’явився лише в одному випадку – у словосполученні “окей-хокей”.

Лексика англomовного походження, набуваючи в АФ експресивних відтінків, розширює семантику, виконує низку стилістичних функцій, стає образним засобом діалогічного мовлення персонажів. У цьому, безперечно, проявляється їхній позитивний вплив на мову мультфільмів. Але надмірна насиченість творів кіноіндустрії англо-американськими запозиченнями робить складним, а то й неможливим, перегляд сучасних АФ дітьми – цільовою аудиторією, для якої в першу чергу створювалися ці фільми. Тому

спірним є питання про вживання англіцизмів та американізмів тоді, коли вони не мають особливої змістової, стилістичної та синтаксичної функції. “У таких випадках англіцизми використовуються для створення іміджу, коли співрозмовники хочуть підкреслити свій соціальний та інтелектуальний рівень” [118, с. 472]. На нашу думку, англіцизми варто використовувати, щоб урізноманітнити виклад матеріалу, передати образність мовлення в усіх її відтінках і таким чином досягти потрібної стилістичної виразності. Але якщо у цільовій мові наявні лексеми, які позначають явища чи реалії тексту оригіналу, то слід уживати “свої”, властиві рідній мові слова.

Порівнявши український та німецький переклади мультфільмів, ми дійшли висновку, що українські перекладачі у переважній більшості випадків використовували англіцизми, керуючись прагненням розширити виражально-зображальні засоби української мови, тоді як автори німецьких перекладів просто надавали перевагу коротким та, можливо, більш влучним, англійським запозиченням, які повністю витискали німецькі відповідники. Е. Володарська вважає, що “непомірне та недоречне використання англійських слів недопустимо, але такі явища шкідливі і при вживанні будь-якого слова. Ні вчені-лінгвісти, ні журналісти та письменники не повинні просто спостерігати за тим, як засмічується англіцизмами рідна мова. Однак заборони в даному разі не допоможуть. Потрібно виховувати культуру мовлення, мовленнєвий смак у сучасних мовців. А смак – головна умова правильного і доречного вживання мовленнєвих засобів як запозичених, так і своїх, власних” [14, с. 36].

Тому перекладачі повинні взяти на себе відповідальність за виховання смаку у юної аудиторії та її любові до рідного слова. Адже дитина, дивлячись на яскраву картинку та уважно дослухаючись до реплік персонажів улюблених АФ, швидко засвоює весь лексичний матеріал і відтворює його у своєму мовленні.

3.3 Стратегії скорочення тексту при перекладі анімаційних фільмів

З огляду на специфічні обмеження, зумовлені видом перекладу, неможливо уникнути змін у тексті АФ. З одного боку, невербальні елементи слід доповнювати, з іншого, об'ємні уривки часто потрібно скорочувати.

Перекладацький аналіз свідчить, що із трьох “паралельних” текстів англійською, українською та німецькою мовами найменшим за обсягом є зазвичай англійський текст. Причиною цього може бути лаконічність і стислість мовних засобів, що характеризує англійську мову, яка завдяки цьому є більш “компактною”. Однак дане твердження не можна вважати істиною в усіх випадках – воно лише констатує загальну тенденцію, зумовлену приналежністю української та англійської мов до різних типів мов – синтетичного та аналітичного. “Власне, назви цих типів мов свідчать про те, що за своєю сутністю і принципом побудови вони не тільки різні, а навіть протилежні. Проте ця протилежність формальна, оскільки стосується вираження одного й того ж змісту” [53, с. 1]. Однак, якщо ми розглянемо переклад німецькою мовою, то відмінність між обсягом вихідного тексту та тексту перекладу є ще більш очевидною: “Передусім перекладачам із німецькою як цільовою мовою притаманна особливість, характерна для результату їхньої роботи: їхній текст може бути на чверть або навіть на третину довшим, ніж оригінал” [234, с. 305]. Тому перекладачі фільмів постійно повинні намагатися скорочувати тексти діалогів.

Одночасне існування звукової доріжки та зображення допомагає глядачам в інтерпретації, оскільки “в полісеміотичному контексті семантичні лакуни заповнюються інтерсеміотично” [182, с. 15]. Це означає, що рішення перекладача фільму щодо того, яку інформацію він повинен вилучити через обмеження в просторі та часі, нерідко полегшується поясненням з аудіовізуального контексту [182, с. 14]. Стратегії для скорочення текстів у сфері кіноперекладу слід шукати у перекладознавстві. Важливим при цьому є

досягнення зв'язності висловлювання, уникнення втрати будь-якої важливої для змісту інформації та викривлення змісту [192, с. 157].

В. Маєр називає два способи, які використовують при перекладі фільмів як окремо один від одного, так і разом, із якими ми також погоджуємося. Першим є вилучення частин діалогу, значення яких постає або із повторів, або із візуального супроводу. Другий спосіб полягає у конденсуванні великих за розміром монологів і діалогів шляхом семантико-прагматичної, синтаксичної, граматичної та/чи морфологічної компресії [201, с. 42]. Тобто, з одного боку, існує можливість повністю вилучити “зайвий” матеріал, що призведе до чималої словесної економії. З іншого боку, значну кількість інформації можливо сконденсувати, підсумовуючи, наприклад, декілька речень в одному, або обираючи замість довгого багатослівного речення схожий за змістом, але коротший вираз. Водночас необхідно також досягнути того, щоби глядач перекладеної версії переживав такий самий (або принаймні наближений) комунікативний ефект, як і “native speaker” [201, с. 42]. Тому перекладачі повинні ставити себе на місце глядача та при створенні тексту перекладу відокремлювати основні семантичні елементи від другорядних. Тобто транслятор у кожному конкретному випадку визначає інваріанти перекладу: елементи, які необхідно відтворити у перекладі (зміст, характеристика особи, акцент). Основні елементи є обов'язковими для збереження змісту висловлювання, тоді коли другорядні семантичні елементи без будь-яких втрат можна вилучити. З огляду на це перекладач повинен вирішити, до якої з наведених категорій належить інформація.

Ми виділяємо такі стратегії роботи з текстом АФ.

1. Вилучення. Це найбільш радикальна форма скорочення тексту. З технічної точки зору, вилучення частин діалогу полягає у звичайному викреслюванні зайвого матеріалу. Тому перекладач повинен вирішити, які місця підлягають вилученню. Зазвичай при перекладі літератури цим займається редактор, який узгоджує викреслювання з перекладачем. Коли

мова йде про вилучення в перекладі кіно, мається на увазі елімінування зайвої інтер- та інтрасеміотичної інформації. “Інтерсеміотичними надлишками називаються висловлювання та інформація, які з’являються як в усному діалозі, так і є зрозумілими із контексту зображення” [175, с. 189]. Інтрасеміотичними надлишками є типові ознаки усного мовлення (стандартні вітання, звертання, слова-вставки, вигуки, повтори) [175, с. 189]. Проблемою за такої можливості скорочення тексту є те, що вона призводить до неминучої нейтралізації мовлення.

Ми пропонуємо розглянути елементи діалогів, які найчастіше елімінуються при перекладі американських АФ українською та німецькою мовами, що було виявлено у результаті проведеного нами дослідження.

1.1 Імена та звертання. При цьому слід зазначити, що осіб завжди називають на ім’я, якщо вони з’являються в кадрі вперше. У тому випадку, якщо ім’я персонажа вже є відомим, при перекладі його часто вилучають. Однак при цьому можуть зникати не лише імена, а й звертання до осіб, які зрозумілі з екстралінгвістичного контексту (відеоряду).

| | | |
|--|--|--|
| <i>“Tribute to Seymour Skinner”... Pull over, driver [255, E2-04-04].</i> | <i>“Ювілей Сеймура Скіннера”... Зупиніть машину.</i> | <i>„Eine Festveranstaltung für Seymour Skinner“... Halten Sie bitte an.</i> |
| <i>This mountain of stairs used to make bedtime a grueling chore. But not anymore, baby [255, 00-09-05].</i> | <i>Раніше ці сходи відбивали будь-яке бажання підніматися нагору. Теперь – усе інакше.</i> | <i>Die unzähligen Stufen haben das zu Bett gehen zu einer grausem Übung gemacht. Jetzt – nicht mehr, <u>meine Liebe</u>.</i> |

1.2. Означення. Значні можливості для скорочення тексту перекладу відкриваються шляхом опускання прикметників, які володіють підсилюючим ефектом та відтворюються на екрані.

| | | |
|---|--|--|
| <i>My father gave me beer as a child... until I wrapped</i> | <i>Мій тато теж поїв мене пивом, доки я не</i> | <i>Mein Vater hat mich auch mit Bier angefüllt bis ich</i> |
|---|--|--|

| | | |
|--|---------------------------|---|
| <i>my <u>little red wagon</u> around a tree [255, E3-07-15].</i> | <i>врізався в дерево.</i> | <i>mit <u>meinem roten Wagen</u> gegen den Baum gefahren bin.</i> |
|--|---------------------------|---|

1.3. Дані про місце та час. Вилученню часто підлягають географічні назви та дані про час, які або вже згадувалися, або є неважливими для розуміння діалогів, або ж незрозумілими для іноземних глядачів через відсутність фонових знань.

| | | |
|--|--|---|
| <i>So if anyone asks, we're sophisticated millionaires from the <u>Ozarks</u> [255, E1-07-52].</i> | <i>Якщо вас питатимуть, ми з вами відомі мільйонери.</i> | <i>Wenn jemand fragt, wir sind welterfahrene Millionäre aus den <u>Ozarkbergen</u>.</i> |
|--|--|---|

| | | |
|--|---|---|
| <i>In honor of Seymour's 20th year as principal we've decided to hold a surprise tribute <u>Friday night</u> [255, E2-01-16].</i> | <i>На честь 20-ї річниці Скіннера на посаді директора ми вирішили таємно організувати йому свято.</i> | <i>Zu Ehren vom Seymours 20-jährigen Rektorjubiläum wollen wir ihm <u>am Freitagabend</u> eine Überraschung bereiten.</i> |
|--|---|---|

| | | |
|---|--|---|
| <i>I'd sure hate to get a dozen crapweeds for <u>Valentine's Day</u> [255, E2-14-49].</i> | <i>Мені не хотілося б отримати букет із смердючок.</i> | <i>Also, auf Dutzend Stinkmäucheln zum <u>Valentinstag</u> kann ich gerne verzichten.</i> |
|---|--|---|

1.4. Повтори та синонімічні висловлювання. У разі необхідності деякі з дублюючих один одного елементів мовленнєвого ланцюжка можна опустити, таким чином скоротивши об'єм тексту мовою перекладу.

| | | |
|---|------------------------------|--|
| <i>Come on. Let's go, Mack. Saddle up [256, 00-13-50].</i> | <i>О, благаю, перестань.</i> | <i>Komm, Mack. Satteln wir auf.</i> |
|---|------------------------------|--|

1.5. Особисті коментарі. В усному мовленні мають місце особисті оцінки висловлювань, які не несуть особливого інформаційного навантаження та не дають характеристику персонажам. В. Маєр навіть

називає їх “бажаними жертвами”, якщо постає питання про вилучення певної частини тексту [201, с. 48].

| | | |
|---|---|---|
| <i>I just think we should've paid the extra dollar-fifty and gotten a bus with restrooms [255, E1-07-01].</i> | Треба доплатити нічтора долару за автобус із туалетом. | було Dollar mehr bezahlen sollen, dann würden wir in einem Bus mit der Toilette sitzen. |
|---|---|---|

2. Компресія. Компресію вважають явищем спрощення, стягнення, вилучення певних лексичних і синтаксичних елементів тексту оригіналу [42, с. 30]. Як засіб досягнення ясності висловлювання вона є одним із аспектів вираження закону мовної економії, зумовленого характером людського спілкування, адже комунікативні дії прагнуть досягати максимального практичного заощадження зусиль та часу [43, с. 109]. А. Шокіна запропонувала визначення поняття “компресія”, яке найбільше пасуватиме до досліджуваної нами сфери перекладу: це обумовлене законом мовної економії, вимогами жанру, особливостями інформаційного носія спрощення у процесі обробки чи утворення тексту його поверхневої структури – за рахунок підвищення інформативності мовних одиниць та виключення тих компонентів, які можуть бути відновлені з невербальної частини тексту, без зміни його інформаційного навантаження порівняно з вихідним текстом або нейтральною стилістичною нормою [134, с. 1]. Таким чином, сутність прийому компресії під час перекладу полягає в більш компактному вираженні думки однієї мови засобами іншої за рахунок використання семантично ємніших одиниць, коротших конструкцій, тобто перетворення початкового тексту з метою надання йому більш стислої форми. Ще О. Швейцер виділяв наступні способи компресії тексту перекладу: згортання словосполучення у слово; семантичне стягнення; спрощення синтаксичної структури словосполучення; вживання більш економних конструкцій; заміна

підрядного речення сурядними; заміна підрядного речення зворотами; вилучення плеонастичних зворотів; усунення надлишковості [131, с. 200].

Як бачимо, компресування діалогів є набагато складнішим завданням, ніж звичайне викреслювання зайвого матеріалу. Компресія може реалізовуватися різними способами на кількох мовних рівнях. Синтаксична компресія передбачає стиснення знакової структури шляхом еліпсису, граматичної неповноти, безсполучникового зв'язку [134, с. 1]. Лексичний рівень відзначається використанням коротких, часто одноморфемних слів, слів широкої семантики, вигуків, займенників тощо [134, с. 2].

Наведені нижче приклади показують можливості для конденсування тексту як на синтаксичному, так і на лексичному рівнях, які найчастіше зустрічалися в ході аналізу перекладів сучасної американської анімації українською та німецькою мовами.

1. Перефразування великої за розміром репліки. Дана форма компресії полягає у заміні речень та словосполучень на короткі, схожі за семантикою висловлювання, однак при вилученні та компресії неминучою є втрата певних деталей оригіналу.

| | | |
|---|---|--|
| <i><u>That took too long. How come we had to transfer in Atlanta twice [255, E1-07-01].</u></i> | <i><u>Як довго. Навіщо було виходити в Атланті?</u></i> | <i><u>Es dauert ja viel zu lange. Wieso müssten wir zweimal in Atlanta umsteigen?</u></i> |
| <i><u>All I had to do was walk a few blocks from the Port Authority Bus Terminal to my train at Penn Station [255, E1-05-24].</u></i> | <i><u>Мені треба було пройти кілька кварталів від автобусного залізничного вокзалу.</u></i> | <i><u>Da musste ich nur ein paar Schritte zu Fuß gehen, vom Busbahnhof zur Pennsylvania Station.</u></i> |

2. Спрощення синтаксису, що досягається, наприклад, використанням простих безсполучникових речень замість складнопідрядних та складносурядних. “Необхідно віднайти баланс між семантичними аспектами

(збереження семантики висловлювання оригіналу), прагматичними аспектами (збереження функції оригіналу) та стилістичними аспектами (збереження стилістичних особливостей оригіналу)” [194].

| | | |
|--|---|--|
| <i>Homer, <u>I don't want you driving around in a car you built yourself</u> [261, E1-04-20].</i> | <i>Гомере, <u>не треба їздити на саморобній машині.</u></i> | <i>Homer, <u>ich möchte nicht, dass du in einem Auto herumfährst, das du selbst gebaut hast.</u></i> |
| <i>I felt it was my duty to deliver the grim news to his mother [255, E2-08-23].</i> | <i>Я <u>вважав своїм обов'язком</u> повідомити його матір.</i> | <i>Ich empfand, dass meine Pflicht ist, seiner Mutter die traurige Nachricht zu überbringen.</i> |
| <i>I take it from that little impressed noise <u>that you are interested in purchasing that matter transporter, sir</u> [255, E4-08-37].</i> | <i>Судячи з цього звуку, <u>Вас зацікавив мій апарат з транспортування матерії.</u></i> | <i>Ihrem kleinen beindrückten Laut zu entnehmen, <u>interessieren Sie sich dafür, so einen Materientransporter zu kaufen, Sir.</u></i> |

Необхідно зазначити, що в межах навіть кількох реплік перекладач із об'єктивних та суб'єктивних причин не використовує лише одну із вищезазначених стратегій скорочення тексту – “здійснюється ціла низка комплементарних перетворень, які часто зумовлюють появу кількох із вищезазначених типів у межах невеликого мікротексту” [42, с. 32].

З огляду на масштабні скорочення цілком слушно постає питання про збереження когерентності тексту. Адже опускання матеріалу та синтаксичних зв'язків може призвести до порушення зв'язності висловлювання. Як зазначає О. Кондратьєва, “при відборі синтаксичних конструкцій у цільовій мові може виявлятися різниця між будовою англійської і української мов; перекладач повинен враховувати таку невідповідність для збереження когерентності з дискурсу оригінального

твору” [47, с. 306]. При цьому, однак, слід враховувати специфіку аудіовізуального типу тексту, у якому інформація передається не лише вербально, а й за допомогою візуальної складової, унаслідок чого формується цілісний аудіовізуальний образ.

Проте перед транслятором постійно постає питання про межі припустимості застосування стратегій скорочення тексту (мовної компресії та вилучення), а у зв'язку із цим – про ступінь “суттєвої шкоди”, завданої повідомленню при перекладі (перекодуванні). “Суттєва шкода” при перекодуванні повідомлення – це втрата змісту, що є однією з найсерйозніших помилок перекладача, та відбувається через опускання: 1) змістовних інформаційно “заряджених” елементів; 2) опускання одиниць, важливих з точки зору комунікативного завдання; 3) опускання нових інформаційних одиниць тощо [111, с. 207]. На відміну від втрати змісту компресія та опускання при перекладі фільмів мають бути засобами зменшення довжини тексту без завдання суттєвої шкоди виконанню комунікативного завдання мовця та втрати конотативної складової.

Як бачимо з наведеного практичного матеріалу, найбільшою довжиною реплік серед АФ характеризується німецький текст: при цьому середня кількість знаків на одну репліку складає 70. Український текст, навпаки, є найкоротшим: у середньому – 50 знаків на репліку. Оригінальні репліки англійською мовою мають середню довжину 60 знаків. Тобто діалоги в українському перекладі зазнають значного конденсування – зменшуються в обсязі щонайменше на 15%, що, незважаючи на певні інформативні втрати, які переважно компенсуються за рахунок відеоряду, дозволяє приділити більшої уваги інтонаційному оформленню діалогів, що сприяє підвищенню емоційного забарвлення мовлення, яке є характерним для носіїв українського менталітету. Величина реплік у німецькомовних перекладах зумовлює значне підвищення темпу мовлення, що може призвести до несприйняття німецькою цільовою аудиторією змісту повідомлення.

Висновки до розділу 3

Одним із важливих компонентів спілкування та засобів посилення експресії є використання стилістично забарвленої лексики (розмовної, просторічної, жаргонної, діалектної, вульгарної, лайливої), використовуючи яку автори АФ намагаються максимально наблизити мовлення персонажів до розмовного стилю. Таким чином, “живе” діалогічне мовлення є основою кінодискурсу, що обов’язково передбачає його адекватне відтворення у перекладі.

Ступінь емоційності діалогів як невід’ємної складової усного спілкування залежить від національного характеру співрозмовників, національнороспецифічних особливостей мислення, тобто – менталітету. Оптимізм як національна риса американців та емоційність і характер гумору українців відповідним чином відображаються на стилістично-емоційному навантаженні діалогів анімаційних персонажів. З іншого боку, раціоналістичність представників німецького менталітету зумовлює зниження рівня експресивності висловлювань в німецьких перекладах американської анімації.

Стилістично знижена лексика є важливою складовою спілкування. У мові анімаційних фільмів вона виконує, по-перше, експресивно-оцінкову функцію, по-друге, сприяє реалізації принципу діалогічного мовлення, тому що вживання такої лексики є засобом стилізації неофіційного, невимушеного спілкування. Джерелом стилістично зниженого вокабуляру як в АФ часто стає молодіжний сленг, який використовується передусім для позначення людей, вираження позитивної та негативної оцінки, вираження стану закоханості, позначення розумових дій, розваг, американської валюти тощо. При цьому німецькі перекладачі більшість сленгової лексики (70%) передають словами з нейтральним стилістичним забарвленням, а в 10%

випадків узагалі опускають сленгове слово. Нерідко німецьку сленгову лексику в АФ поповнює питомо американський сленг. Українські перекладачі, зі свого боку, подають набагато ширшу палітру стилістично забарвлених сленгових лексем.

Оскільки переклад кінопродукції є переважно перекладом з англійської мови, остання відповідним чином “позначається” на результаті роботи трансляторів. Близькість американської та європейської культур визначають характер запозичень у німецькомовних версіях американських АФ, які відзначаються посиленням використанням лексики англо-американського походження: у деяких АФ німецькі транслятори вводять англіцизми у тексти перекладених версій у 20-25 разів частіше, ніж їхні українські колеги. Причому англіцизми використовуються як для посилення експресії, так і для номінування звичайних явищ та понять, відповідники до яких існують в німецькій мові (наприклад, англіцизми *Okay* та *Dad*, які повторювалися в німецькомовних версіях АФ відповідно 179 та 77 разів, повністю замінили німецькі відповідники). Витіснення останніх відбувається через характерну для англіцизмів “стислість”, що, з одного боку, відповідає вимогам кіноперекладу, однак, з іншого боку, відіграє негативну у роль у формуванні мовної особистості німецьких глядачів. Адже перекладачі несуть співвідповідальність за виховання мовної компетенції молодого покоління та його ставлення до рідної мови. В українських та німецьких перекладах АФ англіцизми з’являються передусім при відтворенні власних назв, які передають національний колорит мультфільмів, а також для номінування понять зі сфери спорту, автомобільної індустрії, економіки та бізнесу.

Обмеження у часі, зумовлене підпорядкуванням кіноперекладу зображенню, визначає характер мовних трансформацій, який вимагає від транслятора вдаватися до скорочення перекладеного тексту. У даному разі перекладач звертається до двох стратегій скорочення тексту – опускання частин діалогів та конденсування великих за розміром реплік шляхом

семантико-прагматичної, синтаксичної, граматичної та морфологічної компресії. При цьому відсутність вербальної інформації може компенсуватися наявністю візуального ряду.

Переклади американських АФ українською мовою відзначаються більшим ступенем конденсування діалогів, аніж німецькі переклади, що сприяє підвищенню експресивності висловлювань україномовних персонажів завдяки можливості до інтонаційного забарвлення реплік. Німецькомовні версії АФ характеризуються підвищеним, у порівнянні з оригіналом, темпом мовлення анімаційних персонажів, що, незважаючи на повне збереження інформативного наповнення діалогів, на нашу думку, може негативно відобразитися на сприйнятті кінодіалогів основною цільовою аудиторією.

Зміст основних положень розділу висвітлено у трьох наукових статтях, опублікованих у фахових виданнях України [73, 76, 78].

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Переклад продукції американської кіноіндустрії займає чільне місце серед домінуючих на сьогоднішній день видів практичної діяльності перекладача. Стан наукової розробленості питання в Німеччині (та Західній Європі загалом) кардинально відрізняється від ситуації в українській науці: якщо німецькі перекладачі фільмів керуються у своїй роботі вже наявними теоретичними принципами кіноперекладу, то українські перекладачі з огляду на брак теоретичних досліджень вимушені навчатися “методом спроб і помилок” та виробляти власні стратегії перекладу. Однак результати практичної діяльності трансляторів, матеріалізовані в перекладах сучасних американських анімаційних фільмів, свідчать про високий рівень майстерності українських перекладачів-практиків у сфері кіно та сприяють підвищенню кінопрокату АФ виробництва США на території України. Тому у випадку українського кіноперекладу теоретична база може формуватися на основі практичних досягнень окремих перекладачів.

Основні **результати наукового дослідження** полягають у наступному:

- 1) Аудіовізуальний переклад – це особливий вид перекладу, специфіка якого полягає в передачі змісту через слуховий і зоровий канали. Нерозривна єдність аудіальної та візуальної складової призводить до визначення об'єктом кіноперекладу саме фільму, а не кіносценарію або титрів, причому візуальна складова накладає на переклад низку обмежень, але разом із тим може компенсувати втрати при відтворенні вербальної складової. Подача вербальної інформації у формі діалогів між персонажами дозволяє визначити одиницею кіноперекладу репліку, стратегія відтворення якої залежить від прагматичної спрямованості комунікативного акту оригіналу.

- 2) Основними видами АВП, які використовуються для відтворення іншомовного кіноматеріалу, є дублювання, субтитрування та закадровий переклад. При цьому різні жанри та цільові аудиторії вимагають інакших підходів до перекладу кінопродукції. В українській та німецькій лінгвокультурах традиційним стало дублювання АФ, яке з огляду на дитячу аудиторію має суттєві переваги.
- 3) Американські анімаційні фільми характеризуються розширенням кола потенційних реципієнтів за рахунок подвійної орієнтованості – на дитячу та дорослу цільову аудиторію, що розширило використання КСЕ у мовленні персонажів, а також гумору з дорослим підтекстом. Це висуває нові вимоги до творчої роботи перекладача. Окрім того, змінилася функціональна спрямованість АФ: домінантною в анімаційному кінематографі стала розважальна, а не пізнавальна чи дидактична функція, що також впливає на вибір стратегій перекладу транслятором, який повинен відтворити прагматичний потенціал тексту.
- 4) Нерозривний зв'язок між мовою та культурою унеможливорює здійснення перекладу фільму без урахування культурної асиметрії між вихідною та цільовою аудиторією та міри віддаленості обох лінгвокультур. Відтворення культурної специфіки оригіналу передбачає звернення до відповідних перекладацьких стратегій – одомашнення, очуження та нейтралізації.
- 5) Основними маркерами, здатними надати текстові відчутного національного колориту, є оніми, одиниці довжини та ваги, кухня, автомобільна індустрія, а також пісні та поезія. При відтворенні КСЕ оригіналу українські перекладачі АФ керуються переважно стратегією прагматичної адаптації американського культурного контексту до фонових знань українського глядача, а німецькі перекладачі, хоча й не виключають прагматичну адаптацію з арсеналу перекладацьких стратегій, однак надають абсолютну перевагу стратегії очуження – тобто

збереженню культурного фону оригіналу, навіть за наявності культурної асиметрії.

- 6) Представлені стилістичні реєстри мови, які зустрічаються в досліджуваному матеріалі, свідчать про звернення перекладачів до різноманітних – у тому числі стилістично знижених – ресурсів мови. З метою підвищення експресії діалогів анімаційних персонажів у текст АФ часто вводиться сленгова лексика, використовуючи яку перекладач намагається відтворити близький для глядача мовний образ кожного конкретного анімаційного героя.
- 7) Зближення американської та європейської культур впливає на характер запозичень у німецькомовних версіях американських АФ, які відзначаються посиленням використанням лексики англо-американського походження. Причому англіцизми використовуються як для посилення експресії, так і для номінування звичайних явищ і понять, відповідники до яких існують у німецькій мові..
- 8) Специфіка АВП вимагає від перекладача володіння повним арсеналом мовних трансформацій для скорочення тексту оригінальних кінодіалогів, які полягають в опусканні “зайвих” мовних елементів та компресії висловлювань.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження ми можемо дати наступні **рекомендації**:

- Для виховання на території України нової генерації перекладачів-практиків у сфері кіно необхідно сформувати достатню теоретичну базу та започаткувати у спеціалізованих навчальних закладах курс кіноперекладу. При цьому слід враховувати особливості кожного кіножанру та специфіку цільової аудиторії.
- Незважаючи на те, що з творчої та технічної точки зору дублювання та субтитрування є складним (часто – багатоетапним) процесом, роботу над створенням дубльованої чи субтитрованої версії фільму (і сам переклад, і

ліпсинг або таймінг) необхідно передавати одній людині – професійному перекладачеві, який, у свою чергу, повинен спеціалізуватися або на дублюванні, або на субтитруванні фільмів.

- У ході культурного трансферу перекладач повинен оцінювати вплив кожної культурно маркованої одиниці на текст перекладу в цілому та, виходячи звідси, вибудовувати стратегію перекладу, що полягає у визначенні комбінації прийомів, спрямованих на репрезентацію тексту перекладу у новому культурному середовищі. Обрання релевантної перекладацької стратегії при перекладі АФ сприяє успіхові тексту перекладу у цільовій аудиторії та дозволяє адекватно відтворити прагматику оригіналу.

- При перекладі АФ важливо визначити межі привнесення культурних елементів іншої культури у текст перекладу. У зв'язку з цим, на нашу думку, перекладач у ході роботи над створенням іншомовної версії АФ повинен постійно аналізувати те, чи є спільна культурна база між вихідним середовищем і лінгвокультурою реципієнта. Це дозволить уникнути невиправданого перенасичення перекладу невідомими культурними маркерами вихідного тексту і, таким чином, успішно побудувати стратегію перекладацької адаптації, використання якої необхідно спрямовувати на подолання культурної асиметрії – між американським соціумом та цільовою аудиторією перекладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азарян О. М. Ринок української анімації: проблеми і перспективи розвитку [Електронний ресурс] / О.М. Азарян, Н. В. Крачковська // Маркетинг: теорія і практика : Збірник наукових праць Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, – 2008. – № 14. Режим доступу до статті : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mtip/2008_14/azarjan-krachkovska.pdf
2. Алексеева И.С. Введение в переводоведение : [учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений] / И.С. Алексеева. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.
3. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка: [учеб. для ин-тов и фак. иностр. язъ. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Высш. шк., 1986. — 295 с.
4. Балабін В. В. Сучасний американський військовий сленг як проблема перекладу / Віктор Володимирович Балабін. – К.: Логос, 2002. – 315 с.
5. Безклубенко С. Д. Як робиться фільм (види і жанри). Анімаційне кіно [Електронний ресурс] / С. Д. Безклубенко // Питання культурології: Збірник наукових праць КНУКіМ. — 2009. — Вип. 25. – С. 13-18. – Режим доступу до статті : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Pkl/2009_25/Bezklubenko_S.D.pdf
6. Бондарчук Л. Мовне питання — з ранку до ночі. Про «внутрішню кухню» українського кіноперекладу [Електронний ресурс] / Лілія Бондарчук // Дзеркало тижня. – №8. – 01 березня 2008. – Режим доступу до статті : <http://www.dt.ua/3000/3680/62222/>
7. Борисова О. Трансформація образності при перекладі сучасних англійських пісень українською мовою / О. Борисова, А. Довгопол // Вісник

- Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – К.: Київський університет. – Іноземна філологія. – Вип. 42. – 2009. – С. 32-35.
8. Бурда-Лассен О. В. Переклад як процес декодування ментальної ідентичності нації (на матеріалі українських і німецьких етнолексем міфологічного походження) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.16 / Бурда-Лассен Олена Василівна. – Київ, 2004. – 227 с.
9. Буяшенко В. В. Ментальність як парадигма співбуття : автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : спец. 09.00.04 “Філософська антропологія, філософія культури” / Буяшенко Вікторія Василівна. – Київ, 1997. – 26 с.
10. Б'ялик В. Д. Міжкультурні конституенти мовної картини світу у перекладі / В. Д. Б'ялик // Мова і культура. – 2004. – Вип. 7. – Т. VIII. Теорія і практика перекладу. – С. 13-18.
11. Ванников Ю. В. Проблемы адекватности перевода. Типы адекватности, виды перевода и переводческой деятельности. – М. : Наука, 1988. – С. 34-39.
12. Виноградов В. С. Темпоральная (временная) стилизация как переводческий прием / В. С. Виноградов // Филологические науки. – 1997. – № 6. – С. 54 – 59.
13. Войнич И.В. Стратегии лингвокультурной адаптации художественного текста при переводе : автореф. дис.на соискание науч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка” / Войнич Ирина Владимировна. – Пермь, 2010. – 19 с.
14. Володарская Э. Ф. Заимствования как отражение русско-английских контактов / Э. Ф. Володарская // Вопросы языкознания. – М.: Наука, 2002. – №4. – С.13-37.
15. Врабель Т. Прагматичні аспекти перекладу у світлі міжкультурної комунікації / Т. Врабель // Наукові записки. Серія : Філологічні науки (мовознавство).– Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. – Вип. 95 . – Ч. 1. — С. 382-385.

16. Гаврилів Т. Роздуми про переклад [Електронний ресурс] / Т. Гаврилів // Критика. – 2003. – №9. – Режим доступу до статті : http://www.krytyka.kiev.ua/articles/s8_9_2003.html.
17. Галас А. С. Відтворення особливостей драматичного діалогу в перекладі / А. С. Галас // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2011. – С.142-147.
18. Гальперин И.Р. О термине «сленг» / И.Р. Гальперин // Вопросы языкознания. – М., 1956. – № 6. – С. 107-114.
19. Гарбовский Н. К. Теория перевода : учебник [Электронный ресурс] / Николай Константинович Гарбовский. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – С. 544. – Режим доступа к учебнику: <http://www.twirpx.com/file/227680/>
20. Гудманян А. Г. Відтворення власних назв у перекладі: дис. д-ра філол. наук: 10.02.16. / Гудманян Артур Грантович. – Ужгород, 1999. – 446 с.
21. Гумбольдт В. Характер языка и характер народа / В. фон Гумбольдт // Язык и философия культуры. – М. : Прогресс, 1985. – С. 451.
22. Гюббенет И. В. Основы филологической интерпретации литературно-художественного текста / И. В. Гюббенет. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1991. – 205 с.
23. Дем'янюк А. А. Переклад як акт міжкультурної комунікації. / Дем'янюк А.А.// Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика: зб.наукових праць. – К.: Київський університет, 2007. – Вип. – 15. – С. 136-141.
24. Демецька В. В. Адаптація як поняття перекладознавства й культурології / В. В. Демецька // Вісник СумДУ : Наук. журнал. Філологічні науки. – № 1, 2007. – Т. 2. – С. 96–102.
25. Демецька В. В. Теорія адаптації в перекладі : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук: 10.02.16 / Владислава Валентинівна Демецька. – К., 2008. – 580 с.

26. Демецька В. В. Теорія адаптації: крос-культурні та перекладознавчі проблеми / Владислава Валентинівна Демецька. – Херсон: МЧП «Норд», 2006. – 378 с.
27. Денисюк І. Національна специфіка українського фольклору / І. Денисюк // Слово і час. Науковий журнал Інституту літератури імені Тараса Шевченка.– 2003. – №9. – С.16-24.
28. Дмитренко Н. Кіно. Голос за кадром / Н. Дмитренко // Україна молода [Електронний ресурс]: Режим доступу до статті : <http://artvertep.com/print?cont=9105>
29. Драбовська В. А. Ключові лінгвокультурні концепти США як предмет словникового опису / В.А. Драбовська // Філологічні трактати : науковий журнал. – Суми ; Харків, 2010. – Т. 2, №3. – С. 29-34.
30. Душков Б. А. Психосоциологизация менталитета и нооменталитета / Б. А. Душков : [Учебное пособие для вузов]. – Екатеринбург: Деловая книга, 2002. – С.11-37.
31. Епурь В. Б. Дефиниции имен собственных в англоязычной лексикографии: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / В. Б. Епурь. –Минск,1988. – 24 с.
32. Ермилова Г. И. Постмодернизм и воплощение его основных принципов в современной анимации : дис. ... канд. философ. наук : 24.00.01 / Ермилова Галина Ивановна. – М., 2006. – 164 с.
33. Ефремова М. А. Концепт кинотекста: структура и лингвокультурная специфика (на материале кинотекстов советской культуры) : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 “Теория языка.” / М. А. Ефремова. – Волгоград, 2004. – 15 с.
34. Жлуктенко Ю. О. Проблеми адекватності перекладу / Ю. О. Жлуктенко, О. В. Двухжилов // Теорія і практика перекладу. – К. : Вища школа, 1981. – Вип. 6. – С. 85–91.

35. Закон України “Про кінематографію” [Електронний ресурс] : за станом на 18 лютого 2010 р. / Відомості Верховної Ради України. – Режим доступу до закону : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=9%2F98-%E2%F0>.
36. Зарецкая А. Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе : автореф. дис. . канд. филол. наук: 10.02.19 “Теория языка” / А. Н. Зарецкая. - Челябинск, 2010. – 21 с.
37. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад (на матеріалі англомовних перекладів української прози) / Роксолана Петрівна Зорівчак. – Львів : Вид-во Львів. ун-ту, 1989. – 216 с.
38. Зорівчак Р. П. Перекладна література для дітей як чинник формування особистості / Р. Зорівчак // Іноземна філологія. – Львів, 2007. – Вип. 119 (2). – С. 3-9.
39. Иванова Е. Б. Интертекстуальные связи в художественных фильмах : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка.” / Е. Б. Иванова. – Волгоград, 2001. – 16 с.
40. Игнатов К. Ю. От текста романа к кинотексту: языковые трансформации и авторский стиль (на англоязычном материале) : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / К. Ю. Игнатов. – М., 2007. – 26 с.
41. Іваницька М. Л. Творча майстерня Алоїза Вольдана – перекладача сучасної української літератури / М. Л. Іваницька // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: ВПЦ “Київський університет”, 2011. – Вип. 36. – С. 355-359.
42. Камінський Ю. Декомпресемна асиметрія англійських та українських мовленнєвих знаків / Ю. Камінський // Вісник Сумського державного університету. Серія “Філологія”. – Суми : СумДУ, 2008. — №1. — С. 30-34.
43. Камінський Ю. Комплементарна єдність компресії та декомпресії в межах закону мовної економії / Ю. Камінський // Вісник Сумського

державного університету. Серія “Філологія”. – Суми : СумДУ, 2007. – № 1. – Т. 2. – С. 109–112.

44. Карабан В.І. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову : навч.посібник / В. І. Карабан, Д. Мейс. – Вінниця : Нова книга, 2003. – 608 с.

45. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / Вилен Наумович Комиссаров. – М.: Высш.шк., 1990. – 253 с.

46. Комиссаров В.Н. Перевод и интерпретация / В.Н. Комиссаров // Тетради переводчика / Под ред Л.С.Бархударова. – М.: Высшая школа, 1982. – Вып. 19. – С. 3-20.

47. Кондратьєва О. В. До проблеми відтворення граматичних засобів формування зв'язності оригінального наукового тексту в українському перекладі / О. В. Кондратьєва // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: ВПЦ “Київський університет”, 2011. – Вип. 33. – С. 302-307.

48. Конкульовський В. До визначення одиниці перекладу кінокомедій / В. Конкульовський // Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка. – Вип. 104. – Ч. 1. – 2012. – С. 263-266.

49. Корнилов О. А. Обучение лексике русского языка как системе / О.А. Корнилов // Лингво-методические и дидактические проблемы обучения русскому языку в высших учебных заведениях : доклады международной научно-практической конференции. – Тайбей: Университет Китайской культуры “Уэньхуа”. – 1996 – С. 161-172.

50. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства : підручник / Михайло Петрович Кочерган – 2-е.вид. – К. : Академія, 2005. – 368с.

51. Кривонос Я. В. Нормативні проблеми українського перекладу американської кінопродукції [Електронний ресурс] / Я. В. Кривонос // Лінгвістика. – 2010. – № 1 (19). – С. 177–182. – Режим доступу до статті : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ling/2010_1/27.pdf

52. Крупнов В. П. Теоретические и практические проблемы перевода [Электронный ресурс] / В.П.Крупнов. – М., 2006. – Режим доступа к изданию : <http://iilsr.iatp.by/ru/publication>.
53. Кузнєцов В. Персоніфікація деяких іменників як важливий вид трансформації при перекладі з української мови на англійську [Електронний ресурс] / В. Кузнєцов // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2004. – Режим доступу до статті : <http://eprints.zu.edu.ua/2123/1/04kvbuma.pdf>.
54. Кулинич Г. Г. Про переклади текстів вокальних творів [Електронний ресурс] / Г. Г. Кулинич // Інформаційно-довідкова система “Культура мови на щодень”. Інститут української мови НАН України. – Режим доступу до статті : <http://www.kulturamovy.org.ua/КМ/pdfs/Magazine11-7.pdf>
55. Кулікова А. Є. Використання прийому опущення при закадровому перекладі художніх фільмів / А. Є. Кулікова, Т. М. Наумкіна // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. – № 16 (227). – Ч. I. – 2011. – С. 45-49.
56. Лапінська О. М. Новітні англіцизми в українському художньому тексті / О. М. Лапінська // Дослідження з лексикології і граматики української мови: збірник наукових праць. – Дніпропетровськ: Пороги, 2007. – Вип. 6. – С. 74-81.
57. Латышев Л. К. Перевод: теория, практика и методика преподавания / Л. К. Латышев, А. Л. Семенов. – М. : Академия, 2003. – 192 с.
58. Леонтович О. А. Критерии успешности межкультурного общения и пути его оптимизации / О. А. Леонтович // Методы современной коммуникации. – Вып.1. – М., 2003. – С.127-135.
59. Леонтович О. А. Русские и американцы: Парадоксы межкультурного общения / О. А. Леонтович. – Волгоград: Перемена, 2002. – 435 с.
60. Лихачев Д. С. Избранные работы: [у 3 т.] / Д. С. Лихачев. – Ленинград : Худож. лит., – Том 2. Смех в Древней Руси. – 1987. – 493 с.

61. Лісогуб Л. І. Лексико-семантична адаптація англіцизмів і англо-американізмів у сучасній німецькій мові (на матеріалі економічної терміносистеми) / Л. І. Лісогуб // Вісник Запорізького державного університету. – 2001. - №4. – С. 1-5.
62. Лотман Ю. М. Об искусстве. Структура художественного текста. Семиотика кино и проблемы киноэстетики / Ю. М. Лотман. – Санкт-Петербург : Искусство, 2005. – 699 с. – (Статьи. Заметки. Выступления (1962-1993)).
63. Лотман Ю. М. Семиотика культуры и понятие текста [Електронний ресурс]: [Избранные статьи в 3 томах] / Юрий Михайлович Лотман– Таллин: «Александра». – Том1. Статьи по семиотике и топологии культуры. – 1992. – Режим доступа к изданию : http://yanko.lib.ru/books/cultur/lotman-selection.htm#_Toc509600932.
64. Лукьянова Т. Г. Теоретичні аспекти кіноперекладу з англійської на українську мову / Т. Г. Лукьянова // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. – 2011. - №973. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – Вип. 68. - С .183-188.
65. Лукьянова Т. Г. Жанрово-стилістичні особливості перекладу субтитрів (на матеріалі англійськомовних художніх фільмів) / Т.Г. Лукьянова // Філологічні трактати. – Суми: СумДУ, 2012. — Т. 4, № 2. — С. 50-55.
66. Маєвська Л. І. Макромовленнєвий акт взаєморозуміння: засоби об'єктивації та прагматичний контекст (на матеріалі сучасної німецької мови) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец.10.02.04 “Германські мови” / Маєвська Леся Іванівна. – Чернівці, 2003. – 192 с.
67. Мазур О. В., Кузнецов Є. С. Відтворення комізму явищ культури в українському перекладі анімаційного серіалу “Сімпсони” / О. В. Мазур, Є. С.Кузнецов // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – Серія : філологічні науки (мовознавство). – Вип. 6. – Ч. 2. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки. – 2011. – С. 74-77.

68. Малкович Т. І. Міжмовна синхронія в укладанні реплік художнього кінофільму / Т.І. Малкович // Філологічні трактати. – Суми: СумДУ. – 2012. – Т.4, №1. – С.63-68.
69. Малкович Т. І. Теорія фонетичних кластерів як необхідна складова процесу укладання реплік у кіноперекладі / Т.І. Малкович // Наукові записки. Серія : філологічні науки (мовознавство). – Вип. 104. – Ч.1. – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2012. – С. 276-279.
70. Маслова В. А. Лингвокультурология: [учеб. пособие для студ.высш.учеб.заведений] / В. А. Маслова. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – С. 14-53.
71. Матасов Р. А. Методические аспекты преподавания кино / видеоперевода / Р. А. Матасов // Педагогика. – 2008. – № 3. – С. 155-167.
72. Матвеев В. Актуальність проблеми самореалізації особистості та особливості українського менталітету / В. Матвеев, Т. Матвеева // Українознавчий альманах. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2009. – Вип. 1: Український образ світу: особливість у світовому контексті. – 220 с.
73. Мельник А. П. Англіцизми в українських та німецьких перекладах сучасних мультфільмів / Анастасія Павлівна Мельник // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: ВПЦ “Київський університет”, 2011. – Вип. 34. – С. 24-32.
74. Мельник А. П. Відтворення культурної специфіки при перекладі сучасного кіно (на матеріалі українських та німецьких перекладів англійських мультфільмів) / Анастасія Павлівна Мельник // Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка. – Вип. 95. – Ч. 1. – 2011.– С. 544-547.
75. Мельник А. П. Лінгвокультурні особливості перекладів сучасних анімаційних фільмів (на матеріалі української, німецької та англійської мов): підсумки наукового дослідження / Анастасія Павлівна Мельник // Українське

мовознавство. Міжвідомчий науковий збірник. – К.: ВПЦ “Київський університет”. – Вип. 42. – Ч. 1. – 2012.– С. 267-271.

76. Мельник А. П. Молодіжний сленг як засіб посилення експресії в перекладі сучасних мультфільмів (на матеріалі перекладу українською та німецькою мовами англomовного мультфільму “Мадагаскар-2”) / Анастасія Павлівна Мельник // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: ВПЦ “Київський університет”, 2010. – Вип. 32. – С. 418-424.

77. Мельник А. П. Основні етапи дублювання фільмів українською мовою / Анастасія Павлівна Мельник // Проблеми зіставної семантики : збірник наукових статей. – К.: Вид. центр КНЛУ. – Вип. 10. – Ч. 2. – 2011.– С. 341-348.

78. Мельник А. П. Стратегії скорочення тексту при перекладі анімаційних фільмів / Анастасія Павлівна Мельник // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія: Філологічні науки. Мовознавство. – Луцьк, 2012. – Вип. 22. – С. 151-156.

79. Мельник А. П. Субтитрування як різновид аудіовізуального перекладу: особливості, характер трансформацій, перекладацькі виклики (на матеріалі англійської та німецької мов) / Анастасія Павлівна Мельник // Українське мовознавство. Міжвідомчий науковий збірник. – К.: ВПЦ “Київський університет”. – Вип. 40. – Ч. 1. – 2010.– С. 392-395.

80. Мельник А. П. Український колорит у перекладах сучасних анімаційних фільмів / Анастасія Павлівна Мельник // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: ВПЦ “Київський університет”, 2012. – Вип. 42. – Ч.1. – С. 103-113.

81. Мельник А. П. Функції сучасної американської анімації як основа вибору перекладацьких стратегій / Анастасія Павлівна Мельник // Studia Linguistica : збірник наукових праць. – К.: ВПЦ “Київський університет”. – Вип. 6. – Ч. 2. 2012. – С. 175-178.

82. Муратов Д. Є. Соціокультурна інформація та її врахування у перекладі і підготовці перекладачів / Д.Є. Муратов // Вісник Київського національного

- університету імені Т. Шевченка : Іноземна філологія. - 2004. – № 37-38. - С. 103-105.
83. Нагорна Л. П. Національна ідентичність в Україні / Л. П. Нагорна – К.: ТОВ «Бланк-Прес», 2002. – С.4-43.
84. Назмутдинова С. С. Гармония как переводческая категория (на материале русского, английского, французского кинодискурса) / С. С. Назмутдинова: автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. филол. наук : 10.02.20 “Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание” – Тюмень, 2008. – 18 с.
85. Нейдорф Я. Я. Заимствования и пуризм в немецком языке / Я. Я. Нейдорф // Конспект лекций по лексикологии немецкого языка. – Одесса : Изд-во Одес. гос. ун-та, 1996. – 40 с.
86. Некряч Т. Є. Асоціативний шлейф при перекладі культурно-маркованих знаків / Т. Є. Некряч // Мовні і концептуальні картини світу: Збірник наук. праць. – К.: Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2005. – Вип. 18. – Книга 2. – С. 13-17.
87. Некряч Т. Є. Переклад і культура / Т.Є. Некряч, Ю.П. Чала // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики : збірник наукових праць Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – К. : КНУ, 2004. – Вип. 4. – С.32-37.
88. Новикова М. Стиль автора и стиль перевода : [учеб. пособие] [Текст] / М. Новикова. – К. : УМК ВО при Минвузе УССР, 1988. – 84 с.
89. Орлов А. М. Аниматограф и его анима : психогенные аспекты экранных технологий / А. М. Орлов. – Москва: Импэто, 1995. – 384 с.
90. Паламарчук О. Л. Вопросы перевода ономастической лексики в славянских языках / О. Л. Паламарчук // Современные славянские культуры: развитие, взаимодействие, международный контекст. – К., 1982. – С. 398–401.

91. Паславська А. Й. Невербальне заперечення в міжкультурній комунікації / А. Й. Паславська // Теорія і практика викладання української мови як іноземної: Зб. наук. пр. – Львів, 2007 – Вип. 2. – С. 138–145.
92. Пенчук І. Вікові особливості сприйняття дитячих програм на телебаченні (міжнародний досвід) / І. Пенчук // Теле- та радіожурналістика. – 2009. – № 8. – С. 58–67.
93. Петринська Н. Кіно-епопея: війна і мир [Електронний ресурс] / Н. Петринська // Український тиждень. – №12 (21). – 21 березня 2008. – Режим доступу до статті : <http://tyzhden.ua/Publication/3930>
94. Подміногін В. Дихотомія перекладацьких стратегій очуження та одомашнення в історії європейського перекладу / В. Подміногін, А. Якимчук // Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. – Вип. 89. – Ч. 1. — С. 98-102.
95. Полякова О. В. Ліпсінк-відповідник як одиниця ліпсінк-перекладу у дублюванні / О. В. Полякова // Наукові записки. – Серія “Філологічна”. – Острого: Видавництво Національного університету “Острозька академія”. – Вип. 36. – 2013. – С. 355 – 356.
96. Попова Н. О. Лексико-семантичні особливості новітніх англіцизмів сучасного періоду (тематична група “Страви і напої”) / Н. О. Попова. // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2008. – Вип. 53. – С. 3-5.
97. Потапова А. Є. Дитяча література: підходи та критерії перекладу / А. Є. Потапова // Вісник Житомирського державного університету. Серія : Філологічні науки. – Житомир, 2009. – Вип. 49. – С.193-197.
98. Пшенкина Т. Г. Вербальная посредническая деятельность переводчика в межкультурной коммуникации: психолингвистический аспект: автореф. дис. на соискание уч. степени д-ра филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка” / Т. Г. Пшенкина. – Барнаул, 2005. – 32 с.

99. Радчук В. Д. Плекаємо укрлиш... Для кого? / В. Д. Радчук // Урок української. – 2003. – № 8-9. – С. 26-30.
100. Радчук В. Д. Протей чи Янус? (Про різновиди перекладу) [Електронний ресурс] / В. Д. Радчук : Матер. міжнар. наук.-практ. конф. "Григорій Кочур і український переклад". – Київ; Ірпінь : ВТФ "Перун", 2004. – С. 255–267. – Режим доступу до статті : http://chtyvo.org.ua/authors/Radchuk_Vitalii/Protei_ch_y_Yanus/.
101. Райс К. Классификация текстов и методы перевода [Електронний ресурс] / К. Райс // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. – М., 1978. – С. 202-228. – Режим доступа к статье : http://samlib.ru/w/wagapow_a_s/rais-classif.shtml
102. Ребрій О.В. Творчі виміри перекладу дитячої літератури [Електронний ресурс] / О.В. Ребрій // Філологічні трактати. – Суми : СумДУ, 2012. — Т. 4, № 2. — С. 89-94. – Режим доступу до статті : <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/25303/1/Rebriy.pdf>
103. Реммер С. А. Хрононіми як особливий розряд власних імен : автореф. дис. На здобуття наук. ступеню канд. філол. наук: спец. 10.02.02 “Російська мова”/ Сергій Андрійович Реммер . – Донецьк, 2005. – 19 с.
104. Розумеєнко Н. В. Різновиди аудіовізуального перекладу (на матеріалі іспанської та української мов) // Філологічні науки. – 2007. – №3. – С.119-123.
105. Саєнко С. Г. Культурно-генетична спільність реалій і кордони / С.Г. Саєнко // Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка: Іноземна філологія. – 2004. – № 37-38. – С. 98-100.
106. Самкова М. А. Кинотекст и кинодискурс: к проблеме разграничения понятий / М. А. Самкова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2011. – № 1 (8). – С. 135-137.

107. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Эдвард Сепир; [пер. с англ. Перцова Е.Н.] / общая ред. Е. А. Кибрик). – М., «Прогресс», 1993. – 656 с.
108. Сидоров О. В. Прагматический статус заимствований в современном немецком языке / О. В. Сидоров // Взаємодія одиниць різних рівнів германських, романських і слов'янських мов. – К.: КДППМ, 1991. – С. 10-15.
109. Слышкин Г. Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) / Г. Г. Слышкин, М. А. Ефремова. – М.: Водолей Publishers, 2004. – 153 с.
110. 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. дисс.на соискание науч.степени к.филол.наук : спец. 10.02.05 “Романские языки” / Марина Сергеевна Снеткова. – М., 2009. – 29 с.
111. Снегір'ова Є. Компресія і втрати змісту при синхронному перекладі : як не перейти межу / Є. Снегір'ова // Лінгвістика ХХІ століття : нові дослідження і перспективи : зб. наук. праць. – Вип. 5. – Київ : Логос, 2010. – С. 206–214.
112. Сорокин Ю. А. Культура и ее этнопсихолінгвістическая ценность / Ю. А. Сорокин, И. Ю. Марковина // Этнопсихолінгвістика. – М.: Наука, 1988. – С. 5–18.
113. Степанов Ю. С. Основы общего языкознания. / Юрий Сергеевич Степанов – М. : Просвещение, 1975. — 271 с.
114. Субтитры - правила монтажа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.animereactor.ru/index.php?ind=reviews&op=entry_view&iden=11
115. Толстая Т. Н. Переводные картинки [рассказ] [Электронный ресурс] / Т. Н. Толстая // День : Личное. – М.: Подкова, 2001. – Режим доступа к рассказу: http://bookz.ru/authors/tolstaa-tat_ana/c96597a9b1413def/page-14-c96597a9b1413def.html

116. Трофанюк В. Шаг вперед и два назад [Электронный ресурс] / Трофанюк Василий // Телекритика. – 18 октября 2011. – Режим доступа к статье : http://www.broadcast.telekritika.ua/show/Proizvodstvo/1351-shag_vpered_i_dva_nazad_18.10.2011
117. Трубецкой Н. С. История. Культура. Язык / Николай Сергеевич Трубецкой. – М.: Прогресс, 1995.– 799 с. – (Филологи мира).
118. Турчин В. В. Англійські запозичення та сьгоднішні проблеми пуризму у німецькій мові / В. В. Турчин // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. – Вип. 16. – 2009. – С.472-478.
119. Тхорик В. И. Лингвокультурология и межкультурная коммуникация: учеб. пособие / В. И.Тхорик, Н. Ю.Фанян. – М. : ГИС, 2006. – 260 с.
120. Українська мова. Енциклопедія / [В.М. Русанівський, О.О. Тараненко, М.П. Зяблюк та ін.]. – К.: Укр. енцикл. ім. М.П. Бажана, 2000. – 752 с.
121. Федорова И. К. Перевод кинотекста в свете концепции культурного переноса : проблема переводческой адаптации / И. К. Федорова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – N 43. – С. 142-149.
122. Федорова И. К. Кинотекст в инокультурной среде: к проблеме построения моделей культурных переносов // Вестник Пермского университета Российская и зарубежная филология / И.К. Федорова.– 2011. – Вып. 1(13) – С. 61-70.
123. Федорченко О. Переклад кінофільмів різних жанрів: перекладацькі стратегії // Наукові записки. Серія : Філологічні науки (мовознавство). – Вип. 104. – Ч. 1. – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2012. – С. 330-335.
124. Фесенко Т. А. Концептуальные основы перевода / Т. А. Фесенко. – Тамбов: ТГУ, 2001. – 124 с.
125. Цатурова И. А. Переводческий анализ текста. Английский язык: учеб. пособие с метод. рекоменд. / И. А. Цатурова, Н. А.Каширина – Санкт-Петербург.: Перспектива, 2008. – 296 с.

126. Цивьян Ю. Г. К метасемиотическому описанию повествования в кинематографе / Ю. Г. Цивьян // Труды по знаковым системам : ученые записки Тартуского государственного университета. – Тарту, 1984. Вып. XVII. – С. 109-121.
127. Чала Ю. П. Переклад культурно-маркованих поетонімів: соціо-семіотичний підхід / Ю. П. Чала // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка : Науковий журнал. – Житомир: редакційно-видавничий відділ Житомирського державного ун-ту імені Івана Франка, 2005. – Вип. 23. – С.215-217.
128. Чала Ю. П. Реалія і культурно маркований знак: термінологічні аспекти перекладознавства / Ю. Чала // Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка. – Вип. 89. – Ч. 1. – 2010.– С. 122-126.
129. Чередниченко О. Перекладацький доробок Григорія Кочура : До 100-літнього ювілею Майстра [Електронний ресурс]/ О. Чередниченко // Всесвіт. – Київ, 2009. – №5/6. – С.185–190. – Режим доступу до статті: http://www.vsesvit-journal.com/index.php?option=com_content&task=view&id=578&Itemid=41.
130. Чередниченко О. І. Про мову і переклад / Олександр Іванович Чередниченко. – К. : Либідь, 2007. – 248 с.
131. Швейцер А. Д. Перевод и лингвистика. О газетно-информационном и военно-публицистическом переводе / Александр Давидович Швейцер. – М.: Воениздат, 1973. – 280 с.
132. Швейцер А. Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты / А.Д. Швейцер. – 2-е изд. – М. : Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2009. – 216 с.
133. Шипко М. Специфіка антропоніма як одиниці номінації в англійській мові / М. Шипко // Південний архів. Філологічні науки : Збірник наукових праць. Херсонський держ. пед. ун-т. – Херсон : Айлант, 2009. - Вип. 46. – С. 116-120.

134. Шокина А. Языковая компрессия в рекламном тексте [Электронный ресурс] / А. Шокина // Медиаскоп : Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. – 2008.– №2. –: Режим доступа до статті : <http://mediascope.ru/node/240>.
135. Шубенко Н. О. Аудіовізуальний медіатекст: специфіка, структура, властивості / Н. О. Шубенко // Культура і Сучасність : альманах. – К. : Міленіум, 2012. – № 1. – С. 145-149.
136. Юрковська М.М. Дискурс англomовної анімаційної комедії дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Юрковська Майя Миколаївна ; КНУТШ. – Київ, 2011. – 221 с.
137. Якимчук А. П. Лінгвокультурна комунікація як випробування для перекладача [Електронний ресурс] / А.П. Якимчук. // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2007. – №34. – С. 217-221. – Режим доступа до статті : <http://eprints.zu.edu.ua/2023/1/17.pdf>.
138. Якобсон Р. О. Избранные работы / Роман Осипович Якобсон. – М.: Прогресс, 1985. – 460 с.
139. Яшин И. Достоинства и недостатки "Симпсонов" [Электронный ресурс] / Яшин Илья // Русский журнал. – 18 декабря 2009. – Режим доступа к статье : <http://russ.ru/pole/Dostoinstva-i-nedostatki-Simpsonov>
140. Albrecht J. Linguistik und Übersetzung. – Tübingen: Niemeyer, 1973. – 113 S.
141. Appeldorn W. Handbuch der Film- und Fernsehproduktion. Psychologie - Gestaltung – Technik / Werner Appeldorn. – München : TR-Verlagsunion, 1984. – 363 S.
142. Baker M. In Other Words. A Coursebook on Translation / Mona Baker. – London&New York : Routledge, 2011. – 332 p.
143. Baker M. Encyclopedia of Translation Studies / M. Baker. – London and New York : Routledge, 1998. – 680 p.

144. Bakewell M. Factors affecting the cost of dubbing / M. Bakewell // Programmes, Administration, Law. – 1987. – № 38. – P. 16-17.
145. Bassnett S. Translation Studies / Susan Bassnett. – London : Routledge, 1991. – 168 p.
146. Beckerman H. Animation the whole story / Howard Beckerman. – New York : Allworth Press, 2003. – 320 p.
147. Bell A. Language Style as Audience Design [Electronic Source] / Allan Bell // Language in Society. – Wellington, New Zealand : Department of Linguistic Science, 1984 – Vol.13, № 2. – P.145-204 – Available at : <http://www.stanford.edu/~eckert/PDF/bell1984.pdf>
148. Caillé P. Cinéma et traduction : le traducteur devant l'écran / P.Caillé. // Babel. – 1960. – № 6 (3). – P.103-109.
149. Cary E. La traduction totale : cinema / Edmond Cary // Babel. – 1960. – № 6 (3). – P. 110-115.
150. Castañeda Díaz A. Le temps comme dimension de l'univers cinématographique (A propos du temps et de l'espace créatifs dans le cinégramme) / A.A. Castañeda Díaz // Langage, Temps et Temporalité : Actes du 29-e Colloque d'Albi Langages et Signification. – Toulouse: Université Toulouse-Le Mirail, 2008. – P. 117–129.
151. Catford J. A linguistic theory of translation [Electronic Source] / J. C. Catford. – Oxford : University Press, 1965. – Available at : <http://www.scribd.com/doc/97199603/95074003-J-C-Catford-A-Linguistic-Theory-of-Translation-Oxford-Univ-Press-1965>
152. Chang Y. A tentative analysis of English film translation characteristics and principles. Theory and practice / Y. Chang // Language Studies. – 2012. – Vol 2, № 1. – P. 71-76.
153. Chesterman A. Teaching strategies for emancipatory translation / Andrew Chesterman // Developing Translation Competence. – Amsterdam and Philadelphia : Benjamins, 2000. – P. 77-89.

154. Continuity - Spotting List [Electronic Source]. - Available at : <http://www.thescriptspecialists.com/continuity-lists.html>.
155. Danan M. Dubbing as an Expression of Nationalism // Martine Danan // *Meta : Journal des Traducteurs/Translator's Journal*. – 1991. № 4. – P. 606–614.
156. Delabastita D. Translation and Mass-Communication: Film and TV Translation as Evidence of Cultural Dynamics // *Babel*. – 1989. – № 4 (35). – P. 193-218.
157. Delabastita D. Translation and the Mass Media / Dirk Delabastita // *Translation, History and Culture*. – London, New York : Pinter, 1990. – P. 97-108.
158. Diaz Cintas J. New trends in Audiovisual Translation / Jorge Diaz Cintas. – Bristol, Buffalo, Toronto : Palgrave Macmillan, 2009. – 270 p.
159. Diaz-Cintas J. Audiovisual Translation in the Third Millennium. / J. Diaz Cintas // *Traducción Subordinada (II) : El Subtitulado*. – Vigo : Universidade de Vigo, 2003. – P. 192-204.
160. Diaz-Cintas J. Audiovisual Translation: Subtitling / J. Diaz-Cintas, A. Remael . – Manchester : St. Jerome Publishing, 2007. – 290 p.
161. Dries J. Breaking Eastern European Barriers / J. Dries // *Sequentia*. – 1995. – Vol. 2, № 4. – P.6.
162. Dries J. Dubbing and Subtitling: guidelines for production and distribution / Josephine Dries. – Düsseldorf : European Institute for the Media, 1995. – 75 p.
163. Floros G. Kulturelle Konstellationen in Texten. Zur Beschreibung und Übersetzung von Kultur in Texten / Georgios Floros. – Tübingen : Narr, 2003. – 206 S.
164. Fodor I. Film Dubbing. phonetic, semiotic, esthetic and psychological aspects / Istvan Fodor. – Hamburg : Helmut Buske, 1976. – 109 p.
165. Fong G S.F. The Two Worlds of Subtitling: The Case of Vulgarisms and Sexuallyoriented Language / Gilbert C. F. Fong // *Dubbing an Subtitling in a World Context*. – Hong Kong : The Chinese University Press. – 2009. – P. 39-61.

166. Fremdheit als Problem und Programm : die literarische Übersetzung zwischen Tradition und Moderne / [hrsg.W. Huntemann, L. Ruhling]. – Berlin: Erich Schmidt, 1997. – 296 S.
167. Friedrich A. Filmgenres. Animationsfilm / Andreas Friedrich. – Stuttgart : Philipp Reclam jun. GmbH & Co, 2007. – 371 S.
168. Gambier Y. Audiovisual Communication and Language Transfer /Y. Gambier // *Translatio, Nouvelles de la FIT-FIT*. – 1995. – P. 3-4.
169. Gambier Y. Audiovisual Communication: Typological Detour / Y Gambier // *Teaching Translation and Interpretation 2*. – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins, 1994. – P. 275-283.
170. Gambier Y. La traduction audiovisuelle. Un genre en expansion [Electronic Source] / Y.Gambier // *Meta : Journal des traducteurs* . – 2004. – Vol. 49, № 1. – S. 1-11. – Available at :
<http://www.erudit.org/revue/meta/2004/v49/n1/009015ar.html>.
171. Gambier Y. Les transferts linguistiques dans les médias audiovisuels / Y.Gambier. – Villeneuve d'Ascq (Nord) : Presses Universitaires du Septentrion. – 1996. – 246 p.
172. Gambier Y. Translating for the Media / Y.Gambier // *Papers from the International Conference Languages and the Media*. – Turku : University of Turku, 1998. – 317 p.
173. Gambier Y. Screen Transadaptation / Y.Gambier; H. Gottlieb // *The Translator*. – Manchester : St. Jerome Publishing, 2003. – Vol. 9, №2. – S171-190. – (Special Issue).
174. Georgakopoulou P. Reduction Levels in Subtitling : DVD Subtitling : A Convergence of Trends. / Panayota Georgakopoulou. – Saarbrücken : Lambert Academic Publishing, 2010. – 508 p.
175. Gerzymisch-Arbogast H. Untertitel als sprachliche Herausforderung / H. Gerzymisch-Arbogast // *Barrierefreie Information und Kommunikation*. – Villingen-Schwenningen : Neckar-Verlag GmbH, 2004. – S. 183-195.

176. Gerzymisch-Arbogast. H. Multidimensionale Translation. Ein Blick in die Zukunft / H. Gerzymisch-Arbogast / 20 Jahre Transforum. Koordinierung von Praxis und Lehre des Dolmetschens und Übersetzens. – Hildesheim : Georg Olms Verlag, 2005. – S 23-30.
177. Gottlieb H. Subtitles, Translation & Idioms. / Henrik Gottlieb // Copenhagen : University of Copenhagen, 1997 . – 354 p. – (PhD thesis).
178. Gottlieb H. Subtitling / H. Gottlieb // Routledge encyclopedia of translation studies. – London : Taylor & Francis Ltd., 1998. – S. 244-248.
179. Gottlieb H. Subtitling : people translating people // H. Gottlieb / Teaching translation and interpreting 2. -Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publ.&Co., 1994. – P. 261-274.
180. Gottlieb H. Subtitling : visualizing filmic dialogue / H. Gottlieb // Traducción subordinada (II). El subtitulado. – Vigo : Servicio de la Universidad de Vigo, 2001. – P. 85-110.
181. Gottlieb H. Subtitling: diagonal translation / H. Gottlieb // Perspectives : Studies in Translatology. – Clevedon : Routledge. – 1994. – Vol. 2. – №1. – S. 101-121.
182. Gottlieb H. Texts, Translation and Subtitling / H. Gottlieb // Screen Translation. Six Studies in Subtitling, Dubbing and Voice-over. – Copenhagen : University of Copenhagen, 2001. – 1-40 p.
183. Graf G. The Dubbing-Producer : Cost and management Considerations / Gerhard Graf. – München : Bavaria Atelier GmbH, 1986. – 16 S.
184. Guardini P. Decision-making in subtitling / P. Guardini // Perspectives: Studies in Translatology. – 1998. - Vol. 6, №1. – P. 91-112
185. Herbst T. Linguistische Aspekte der Synchronisation von Fernsehserien: Phonetik, Textlinguistik, Übersetzungstheorie / Thomas Herbst. – Tübingen: Niemeyer, 1994. – 325 S.
186. Herman V. Dramatic Discourse: Dialogue as Interaction in Plays [Text] / V. Herman. – London : Routledge, 1995. – 335 p.

187. Hesse-Quack O. bertragungsprozess bei der Synchronisation von Filmen ; eine interkulturelle Untersuchung / Otto Hesse-Quack. – München : E. Reinhardt, 1969. – 249 p.
188. Hinderer K. Untertitelung in Tschechien und Deutschland / K. Hinderer // Audiovisuelle Übersetzung. Filmuntertitelung in Deutschland, Portugal und Tschechien. Leipziger Studien zur angewandten Linguistik und Translatologie. – Frankfurt : Peter Lang, 2009. – Band 6. – S. 265-332.
189. House J. How do we know when a translation is good? / J. House // Exploring Translation and Multilingual Text Production: Beyond Content. – Berlin/New York : Mouton de Gruyter, 2001. P. 127-160.
190. Hurt Chr. Untertitelung, Übertitelung / Chr. Hurt., Br. Widler // Handbuch Translation. – Tübingen : Stauffenburg, 1998. – S. 261-263.
191. Ivarsson J. Subtitling / Jan Ivarsson, Mary Carroll. – Stockholm : Transedit HB, 1998. – 185 p.
192. Ivarsson J. Subtitling for the Media: A Handbook of an Art / Jan Ivarsson. – Simrisham : TransEdit HB, 1992 – 199 p.
193. Jakobson R. On Linguistic Aspects of Translation / Roman Jakobson // On Translation. – New York : Oxford University Press, 1959. – P. 232- 239.
194. Karamitroglou F. A proposed set of subtitling standards in Europe [Electronic Source] / F. Karamitroglou // Translation Journal.- 1998. – Vol. 2, № 2. – Available at : <http://accurapid.com/journal/tj.htm>
195. Katan D. Translating Cultures. An introduction for translators, interpreters and mediators / D. Katan. – Manchester : St. Jerome Publishing, 1999. – P. 271.
196. Koebner Th. Filmgenres / Th. Koebner, B. Kümmerling-Meibauer. – Stuttgart : Philipp Reclam jun. GmbH&Co. KG, 2010. – 368 S.
197. Krueger G. Roh-Übersetzungen sind eher Blind-Übersetzungen : Über das Synchronisieren von Filmen / G. Krueger // Zeitschrift für Kulturaustausch. – 1986. – №36. – 611-613 S.

198. Leonardi V. Equivalence in Translation: Between Myth and Reality [Electronic Source] / Vanessa Leonardi // Translation Journal. – 2000. – Vol. 4, № 4. – Available at : <http://translationjournal.net/journal/14equiv.htm>.
199. Lotman J. On the semiotic mechanism of culture / J. Lotman, B. Uspensky // New Literary History. – 1978. – P. 211-232.
200. Luyken G.-M. Overcoming Language Barriers in Television. Dubbing and Subtitling for the European Audience / Georg-Michael Luyken. – Manchester: European Institute for Media, 1991. – 232 p.
201. Maier W. Spielfilmsynchronisation / Wolfgang Maier. – Frankfurt am Main : Peter Lang, 1997. – 151 S.
202. Markstein E. Realia / E Markstein // Handbuch Translation. – Tübingen: Stauffenburg, 1998. – S. 288-291.
203. Mason I. Speaker Meaning and Reader Meaning : Preserving Coherence in Screen Translating / I. Mason // Babel : The Cultural and Linguistic Barriers between Nations. – Aberdeen: Aberdeen University Press, 1989. – P. 13–24.
204. Melnyk A. Übersetzung der modernen amerikanischen Animationsfilme in der linguistisch-kulturellen Dimension: Ukrainisch und Deutsch als Zielsprachen / Anastasija Melnyk // Germanistik in der Ukraine. – K.: Verlagszentrum der KNLU. – Jahrbuch 7. – 2012. – S. 195-199.
205. Melzer B. Handbuch. Deutsches Benehmen. – Rostock: Weymann Bauer Verlag, 1998. – 235 S.
206. Mera M. Read my lips: Re-evaluating subtitling and dubbing in Europe / M. Mera // Links & Letters. – 1999. – № 6. – P.73-85.
207. Metz Chr. Film Language. A Semiotics of the Cinema / Christian Metz. – New York : Oxford Univ Pr, 1974. – 268 p.
208. Müller J.-D. Die Übertragung fremdsprachigen Filmmaterials ins Deutsche. Eine Untersuchung zu sprachlichen und außersprachlichen Einflußfaktoren, Rahmenbedingungen, Möglichkeiten und Grenzen / Jörg-Dietmar Müller. – Regensburg, 1982. – 254 S.

209. Myers L. The Art of Dubbing / L. Myers // Filmmakers Newsletter. – 1973. – № 6. – P. 56-58.
210. Nagel S. Audiovisuelle Übersetzung: Filmuntertitelung in Deutschland, Portugal und Tschechien / Nagel Silke. – Frankfurt : Peter Lang, 2009. – 476 S. – (Leipziger Studien zur angewandten Linguistik und Translatologie).
211. Nationale Mythen und Symbole in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Strukturen und Funktionen von Konzepten nationaler Identität : [hrsg.von Link J.]. - Stuttgart : Ernst Klett Verlag für Wissen und Bildung GmbH, 1991. – S. 7-82.
212. Nedergaard-Larsen B. Culture-bound problems in subtitling / B. Nedergaard-Larsen // Perspectives: Studies in Translatology. – 1993. – № 2, – P. 207-241
213. Newmark P. A textbook of translation [Electronic source] / P. Newmark. – New York : Prentice Hall, 1988. – 293 p. Available at : <http://carynannerisly.wikispaces.com/file/view/A+Textbook+of+Translation+by+Peter+Newmark.pdf>
214. Nida E. Principles of correspondence / E. Nida // The translation reader. – London : Routledge, 1964. – P. 130-147.
215. Nida E. The Theory and Practice of Translation / E. Nida, Ch. E. Taber. – Leiden : Brill, 1982. – 218 p.
216. Nida E. Towards a Science of Translating. Special Reference to Principles and Procedures Involved in Bible Translating / Eugene Nida. – Leiden : Brill, 1964. – 331 p.
217. Nir R. Linguistic and Sociolinguistic problems in the Translation of imported films in Israel / R. Nir // International Journal of Sociology of Language. – 1984. № 48. – S. 81-97.
218. Pérez-González L. Audiovisual Translation/ L. Pérez-González //The Routledge Encyclopedia of Translation Studies. – London & New York: Routledge, 2009. – 13-20 p.

219. Ramière N. Reaching a Foreign Audience: Cultural Transfers in Audiovisual Translation [Electronic Source] / N. Ramière // JoSTrans. – 2006. – № 6. – P. 152-166. – Available at : http://jostrans.org/issue06/art_ramiere.php
220. Reid H. Subtitling, the intelligent solution / H. Reid // Translating, a Profession : Proceedings VIII FIT World Congress. - Montreal, 1978. – P. 420-428.
221. Reid H. Synchronisation oder Untertitel – Ein Überblick. in: Schnitt // H. Reid / Das Filmmagazin. – 1/2001. – №21. – S.16-19.
222. Reiß K. Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie / K. Reiß, H. J. Vermeer. – Tübingen: Niemeyer, 1984. – 245 S.
223. Richter. E. Fremdwortkunde / Elise Richter. – Leipzig : B.G. Teubner, 1919. – 138 S.
224. Sánchez D . Subtitling methods and team-translation / D Sánchez // Topics in audiovisual translation . – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2004. – № 56. – P. 9-17.
225. Schäffner Chr. Developing Translation Competence / Chr. Schäffner, B. Adab // Developing Translation Competence. – Amsterdam : Benjamins, 2000. – P. 77-90.
226. Schmidt W. Deutsche Sprachkunde / Wilhelm Schmidt. – Leipzig: VEB, 1965. – 365 S.
227. Schwarz B. Translation in a Confined Space – Film Subtitling [Electronic source]/ B. Schwarz // Translation Journal. - Part 1. - Available at : <http://translationjournal.net/journal//22subtitles.htm>.
228. Scott J. How to write for animation. The Overlook Press / Scott Jeffrey. – Woodstock&New York, 2002. – 224 p.
229. Shuttleworth M. Dictionary of Translation Studies / Mark Shuttleworth, Moira Cowie. – Manchester : St. Jerome Publishing, 1997. – 233 p.
230. Snell-Hornby M. Translation Studies: An Integrated Approach / Mary Snell-Hornby. - Amsterdam and Philadelphia : Benjamins Pub. Co, 1988. – 163 p.

231. Snell-Hornby M. Übersetzen, Sprache, Kultur / Mary Snell-Hornby. – Tübingen: Francke, 1986. – S. 9-29.
232. Stolze R. Translatorische Kategorien - Zur Rolle der Linguistik in der Translationsdidaktik / Radegundis Stolze : German, French, English, Conference Proceedings edition:// Translation studies : an interdiscipline / edited by Mary Snell-Hornby, Franz Chhacker, Klaus Kaindl. - Amsterdam ; Philadelphia : J. Benjamins, 1994. – 387-394 S.
233. Szarkowska A. The Power of Film Translation [Electronic Source] / A. Szarkowska // ProZ.com Translation Article Knowledgebase. – Available at : <http://www.proz.com/doc/345>
234. Thome G. Strategien der Textverkürzung bei der Übersetzung ins Deutsche / G. Thome // Jahrbuch Übersetzen und Dolmetschen / hrsg. von Heidrun Gerzymisch-Arbogast. – Tübingen: Gunter Narr, 2003. – S.305-330.
235. Tomaszewicz T. Les operations linguistiques qui sous-tendent le processus de sous- titrage des films / T. Tomaszewicz. – Poznan : Adam Mickiewicz University Press, 1993. – 286 p.
236. Translation Services <http://www.thelanguagetranslation.com/film-translation.html>
237. Venuti L. Strategies of translation / Lawrence Venuti // Encyclopedia of Translation Studies. – London and New York : Routledge, 1998. – P. 240-244.
238. Venuti L. The Translation Studies Reader / Lawrence Venuti. – London: Routledge, 1992. – 560 p.
239. Völcker B. Kinderfilm oder Family Entertainment? / B. Völcker // Kindheit und Film. Geschichte, Themen und Perspektiven des Kinderfilms in Deutschland. – Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2009. – 271S.
240. Weightman J.G. On Language and Writing / J.G. Weightman. – London : Sylvan Press, 1947. – 237 p.
241. Wells P. Animation and America / Paul Wells. – Great Britain : Edinburgh University Ltd., 2002. – 182 p.

242. Wells P. Animation. Genre and authorship / Paul Wells. – London, New York : Wallflower, 2002. – 140 p.
243. Wells P. Understanding animation / Paul Wells. – Great Britain : Biddles Ltd, Guildford and King's Lynn, 1999. – 258 p.
244. Whitman-Linsen C. Through the Dubbing Glass. The Synchronization of American Motion Pictures into German, French and Spanish / Candice Whitman-Linsen. – Frankfurt: Peter Lang, 1992. – 342 p.
245. Witt S. The Influence of Television on Children's Gender Role Socialization / S.D. Witt // The Journal of Childhood Education : Infancy Through Adolescence. 2000. – № 5. – P. 322–324.
246. Witte H. Die Rolle der Kulturkompetenz : [Handbuch Translation] / H. Witte. – Tübingen : Stauffenburg, 1998. – P. 345-348.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

247. Електронний словник lingvo.ua
248. Електронний словник multitrans.ru
249. Електронний словник urbandictionary.com
250. Новий тлумачний словник української мови : у 4 томах [уклад. В. Яременко, О.Сліпунко]. – К. : АКОНІТ, 1999. – Т. 2. – 912 с.
251. Словник сучасного українського сленгу/ [упоряд. Т. Кондратюк]. – Харків: Фоліо, 2006. – 350 с.
252. Ставицька Л. Короткий словник жаргонної лексики української мови. – К.: Критика, 2003. – 336с.
253. Küpper H. Pons-Wörterbuch der deutschen Umgangssprache. – Stuttgart: Klett, 1990. – 959 S.

254. The Oxford English dictionary / Prep. By J.A.Simpson, E.S.C.Weiner. – 2-d ed. – Oxford: Clarendon Press, 2000. – Vol.1 – 1020 p., Vol.2 - 1078 p., Vol.3 – 1143 p., Vol. 4 – 1143 p.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

255. Анімаційний серіал “The Simpsons” англійською, українською та німецькою мовами / Автор ідеї Мет Грейнінг. – Студія “Gracie Films”, 1997-1998.

256. Анімаційний фільм “Cars” англійською, українською та німецькою мовами / Реж. Джон Лассетер. – Кінокомпанія Walt Disney Pictures, 2006.

257. Анімаційний фільм “Madagascar 2” англійською, українською та німецькою мовами / Реж. Ерік Дарнелл, Том МакГрат. – Кінокомпанія DreamWorks Animation, 2008.

258. Анімаційний фільм “ Kung Fu Panda ” англійською, українською та німецькою мовами / Реж. Марк Осборн, Джон Уейн Стівенсон. – Кінокомпанія DreamWorks Animation, 2008.

259. Анімаційний фільм “Rio” англійською, українською та німецькою мовами / Реж. Карлос Салдана. – Кінокомпанія Blue Sky Studios, 2011.

260. Анімаційний фільм “Shrek 3” англійською, українською та німецькою мовами / Реж. Кріс Міллер, Раман Х'юї. – Кінокомпанія DreamWorks, 2007.

261. Анімаційний фільм “Surf’s Up!” англійською, українською та німецькою мовами / Реж. Еш Бреннон, Кріс Бак. – Кінокомпанія Sony Pictures Animation, 2007.

262. Анімаційний фільм “Volt” англійською, українською та німецькою мовами / Реж. Кріс Вілльямс, Байрон Говард. – Кінокомпанія Walt Disney Pictures, 2008.

Додаток А

Короткий огляд матеріалу дослідження: лінгвокультурний та тематичний аналіз

Volt (Вольт)*Тривалість: 96 хвилин**Переклад українською: Федір Сидорук*

В анімаційній комедії “Вольт” йдеться про пригоди маленької дівчинки Пенні та її пса Вольта. Вона зі своїм домашнім улюбленцем знімається в телесеріалі, сюжет якого передбачає, що Вольт постійно рятує дівчинку від Зеленоокого за допомогою суперсил. Проте пес вважає, що його сили абсолютно справжні, за збігом обставин він потрапляє у реальний світ, де йому доводиться виживати без спецефектів, створених знімальною групою. У мультфільмі “Вольт” зустрічається велика кількість візуальних посилань на пригодницькі та фантастичні фільми, помітними є докори на адресу телебачення, кіно та шоу-бізнесу загалом, тому у діалогах персонажів з’являється лексика, що стосується даної сфери.

Головна функція даного АФ – дидактична, що є досить рідкісним явищем у сучасному американському аніматорграфі: на першому плані у “Вольті” - вірна дружба. Доброта та щирість персонажів виховує у дитини почуття гуманізму, готовності прийти на допомогу, дає досягнути важливості моральних цінностей. Гумор у картині також добрий та зрозумілий.

Rio (Ріо)*Тривалість: 96 хвилин**Переклад українською – Надія Бойван**Переклад німецькою – Markus Jütte*

Назва АФ асоціюється з бразильським містом Ріо-де-Жанейро, де відбуваються основні події. Сюжет мультфільму розгортається навколо

рідкісної породи папуги – “блакитного макао”. Після викрадення браконьєрами під час транспортування до США пташеня випадково потрапляє до Дівчини Лінди, яка називає його “Блу”. Папуга живе у комфорті, дівчина створює всі умови для птаха, але раптово у розмірене та спокійне життя Блу та Лінди вривається орнітолог Туліо, який повідомляє, що саме Блу – останній представник свого виду, а в Ріо-де-Жанейро на нього чекає самка цього виду – Перлінка. Лінда разом із Блу вирушає у Бразилію, де вони потрапляють у низку пригод.

Пізнавальна функція мультфільму реалізовується шляхом зображення нового для дитини світу – сповненого самобутніх традицій та яскравого колориту, які створюють культурний фон АФ. Представлене на екрані Ріо-де-Жанейро повністю збігається з уявленнями про “місто контрастів”, запальних ритмів, блискучих костюмів, що в сукупності створює атмосферу карнавалу. Хоча “Ріо” - АФ для сімейного перегляду, завдяки своїй простоті, веселим пісням та адекватному для дитячого сприйняття гумору він особливо відповідає запитам наймолодших глядачів.

Cars (Тачки)

Тривалість: 115 хвилин

Переклад українською, синхронний текст – Олекса Негребецький

Режисери дубляжу німецькою – Benedikt Rabanus, Kai Taschner

“Тачки” – анімаційний фільм, основні події якого розгортаються в Радіаторному Раю – містечку, населеному автомобілями. Блискавка МакКвін – гоночний автомобіль, який бере участь у змаганнях за Кубок Великого Поршня, випадково потрапляє до Радіаторного Раю, ущент руйнує головну дорогу міста, у результаті чого замість підготовки до фінальних перегонів змушений деякий час перебувати в забутому місті, де знаходить друзів та справжнє кохання.

Однією з рис американської культури є любов до автомобілів, з одного боку, та повна залежність від них – з іншого. Відтворення даного стереотипу знайшло своє відображення в АФ: тут кожне авто-персонаж має свій прототип – реально існуючу модель. Тому в “Тачках” широко представлена лексика з автомобільної індустрії. Окрім того, в АФ відображено ставлення американців до автоперегонів. Завдяки цьому “авторам вдалося відтворити не плакатно-патріотичну, а справжню атмосферу Америки, змалювати її національний колорит” [136, с.105].

Kung Fu Panda (Панда Кунг-фу)

Тривалість: 91 хвилина

Переклад українською, синхронний текст – Олекса Негребецький

Події мультфільму відбуваються у Китаї, що переносить глядачів на Схід, знайомить із його багатовічними традиціями, таємничою філософією, культом бойових мистецтв. Імена основних героїв, які уособлюють східну культуру, обрано з реальних слів китайської мови: Шифу означає “учитель”, Угвей у перекладі – “черепаша”, а Тай Лунг – “великий дракон”. Сюжет “Панда Кунг-Фу” розгортається навколо процесу становлення По: від звичайної товстої панди до майстра кунг-фу. Усе життя панда По мріяв опанувати бойове мистецтво, велінням долі йому випадає така можливість, окрім того, тепер йому потрібно врятувати місто та здійснити пророцтво. Простота характеру головного героя виражається також у його мові, сповненій просторічної та сленгової лексики.

Гумор АФ має різну спрямованість: зустрічаються жарти, яких діти не зрозуміють, однак немає таких, які змусять батьків червоніти, пояснюючи, що малось на увазі. У “Панді Кунг-фу”, з одного боку, убачається пародія на низку фільмів про східні єдиноборства, а з іншого – повчальна історія про те, що нічого у світі не відбувається випадково, що потрібно вірити у власні сили, адже “життя прожити – не персик з’їсти”.

Madagascar 2 (Мадагаскар 2)

Тривалість: 90 хвилин

Переклад українською, синхронний текст – Олекса Негребецький

У другій частині анімаційної комедії тварини хочуть утекти з Мадагаскару, куди вони потрапили в результаті авіакатастрофи, прихопивши з собою короля Джуліана та Моріса, але пального до Нью-Йорка їм не вистачає, і літак падає в Африці, у результаті антропоморфні тварини, утікачі з нью-йоркського зоопарку, вирішують зупинитися там, поки не відремонтують літак. Але раптово все змінюється: Алекс зустрічає в джунглях своїх батьків, зв'язок із якими він утратив ще в дитинстві.

В АФ “Мадагаскар-2” уміло відтворено африканський колорит, його флору та фауну, з усмішкою зображено нью-йоркських тварин посеред африканської савани. При цьому піднімаються важливі філософські питання та змальовуються глибокі почуття та переживання.

Мова мультфільму характеризується простотою, герої нерідко вдаються до використання молодіжного жаргону. Діалоги персонажів сповнені великої кількості жартів, причому гумор непомітно поєднується із сатирою. “Принципом непомітності” дорослого змісту (коли діти сміються над жартом, а їхні батьки – над закладеним у нього сарказмом), який намагаються забезпечити автори АФ, на нашу думку, повинен керуватися також і перекладач.

Surf's Up! (Тримай хвилю!)

Тривалість: 85 хвилин

Режисер дубляжу німецькою – Dr. Michael Nowka

“Тримай хвилю” - анімаційна комедія про пригоди пінгвіна на ім'я Коді Маверік. Юнак виріс без батька в Антарктиці, у містечку з промовистою назвою *Shiverpool*. Родина Коді все життя займалася заготівлею риби, така

доля очікувала і його, проте зустріч із зіркою серфінгу – Великим Зі – змінює життя юнака назавжди. Одного разу до міста завітав представник відомого спортивного менеджера, який обрав Коді для участі у Меморіальному Турнірі імені Великого Зі на тропічному острові *Pen Gu*, де й відбуваються основні події мультфільму.

Кожен персонаж АФ символізує певні соціальні архетипи: багаторазовий чемпіон змагань, імператорський пінгвін Танк Еванс, готовий віддати все за перемогу, утілює в собі пихатість та бездушність знаменитостей нашого часу; в образі продюсера Реджі криється сатира на всю систему сучасного шоу-бізнесу; Ципа Джо символізує абсолютну відірваність людини від соціуму, подекуди навіть аморальність. У свою чергу, в образі королівського пінгвіна Великого Зі втілено архетип героя-мудреця, а пінгвін-рятівниця Лені стає символом доброти та прагнення до вдосконалення.

Мова персонажів АФ “Тримай хвилю!” характеризується наявністю сленгової лексики, нерідко запозиченої зі словника серфінгістів (наприклад, поширене у їхніх колах звертання “*dude*”), що пояснюється розгортанням основних подій саме навколо так званих “серфогонів”. Сонячна атмосфера тропіків, із зеленими джунглями, золотими пляжами та бурхливим морем підкреслюється веселою музикою. Цільова аудиторія “Тримай хвилю!”, на нашу думку, обмежується підлітковою віковою категорією, оскільки жарти та мова деяких персонажів загалом має знижений, навіть вульгарний характер.

Shrek The Third (Шрек Третій)

Тривалість: 92 хвилини

Переклад українською, синхронний текст – Олекса Негребецький

У третій частині “Шрека” перед головним героєм постає проблема: король Гарольд помирає, і Шрек повинен зайняти його місце на престолі,

проте така думка ніяк не вкладається у голову людожера, тож тепер він просто змушений знайти іншого спадкоємця – принца Артура, який до того ж виявляється неймовірним невдахою, не готовим до правління королівством. Доки Шрек зі своїми друзями намагається привезти наступника престолу, у Закрайсвітті (*Far Far Away*) Прекрасний Принц захоплює владу.

Переглядаючи даний АФ, реципієнт потрапляє у простір європейських казок: у мультфільмі з'являються *Попелюшка*, *Білосніжка та семеро гномів*, *Рапунцель*, *Кім у чоботях* та *чарівник Мерлін*, тобто універсально-прецедентні феномени, зрозумілі та близькі, з одного боку, для глядачів усіх вікових категорій, а з іншого боку, для представників різних лінгвокультур. Однак у фільмі казкова тематика спроектована на сучасні американські реалії.

Порівняно з першими двома частинами помітним є цілковите віддалення “Шрека Третього” від дитячої аудиторії: якщо в першому “Шреку” гумор не завжди був зрозумілим для дітей, то у третій частині взагалі не розрахований на останніх. Тому АФ має офіційну категорію PG (“parent’s guided”), тобто перегляд мультфільму без супроводу дорослих не рекомендується. Такою переорієнтацією на старшого глядача можна пояснити значне зростання “дорослих” жартів та алюзій, зокрема на “велике кіно”. Що стосується вітчизняного глядача, то сцени та натяки на американські фільми, а також музичні алюзії, у переважній більшості випадків залишаються незрозумілими не лише для дітей, а й для дорослих. Якщо одне з основних джерел гумору в “Шреку” - це перенесення казкових реалій на сучасну американську дійсність, то при перекладі, на нашу думку, важливою є ідентифікація перекладачем тих алюзій, які є вербальними національно-прецедентними феноменами, та прийняття перекладачем відповідного рішення, яке може включати заміну їх на алюзії цільової лінгвокультури для отримання аналогічного комунікативного ефекту та реалізації розважальної функції АФ.

The Simpsons (Сімпсони), 9-ий сезон, 25 серій

Загальна тривалість: 550 хвилин

Переклад українською, синхронний текст – Федір Сидорук

“Сімпсони” - найдовший анімаційний серіал американського телебачення. Його основні події розгортаються у містечку Спрингфілд, хоча вже в першій серії дев’ятого сезону анімаційні персонажі вирушають у подорож до Нью-Йорку, який детально зображено завдяки реалізації вербальної та візуальної інформації про типові “туристичні” маршрути та місця. Мультсеріал сатирично висміює життя типової американської родини, американську культуру, суспільство, навіть телебачення. Тому тут нерідко зустрічаються національно-прецедентні феномени із названих вище сфер, які створюють, з одного боку, культурний фон анімаційного серіалу, а з іншого – найбільші проблеми при їхньому відтворенні іншими мовами в інших культурних спільнотах.

Головний герой АФ – Гомер – працює на атомній електростанції, що дає можливість авторам серіалу висвітлювати тему екології та захисту довкілля. В анімації також часто піднімаються гострі питання політики, як регіональної, так і державної, навіть світової, а також релігії, особливо її нових віянь. Однак ці проблеми подаються таким чином, що глядач, здається, дивиться на банальні та очевидні речі, але бачить їх іншими очима.

Завдяки цьому “Сімпсони” стали першим анімаційним серіалом, цільова аудиторія яких – не діти, а дорослі, переважно молодь. Як зазначає І. Яшин, даний АФ “загартовує менталітет підростаючого покоління та в доволі оригінальній формі готує молодь до дорослого життя”. Російський журналіст обґрунтовує свою думку тим, що намагаючись обговорити з підлітками та дітьми певні суспільні, політичні чи соціальні проблеми, нерідко складно знайти відповідні слова. “Сімпсони” ж здатні “ставити та пояснювати нагальні проблеми мовою, зрозумілою та цікавою для молоді” [139].

Додаток Б

Глосарій

Англiцизм – рiзновид запозичення, слово, його окреме значення, вислiв тощо, якi запозиченi з англiйської мови чи утворенi за її зразком та якi зберiгають слiди свого iншомовного походження у виглядi звукових, орфографiчних, граматичних та семантичних особливостей, однак унаслідок пристосування до системи цiльової мови можуть повнiстю нею засвоюватися.

Анiмацiйний фiльм – з точки зору кiномистецтва: особливий вид кiнематографу, який полягає в “оживленнi” неживого (малюнкiв, речей, ляльок) шляхом “множення” зображень, що вiдрiзняються одне вiд одного фазою руху; з точки зору лiнгвiстики: аудiовiзуальний тип тексту, який складається з тiсно пов’язаних мiж собою вербального та вiзуального компонентiв. Вербальний компонент утворює лiнгвiстичну систему фiльму (персонажне, авторське, закадрове мовлення, спiв, титри, заголовки, написи тощо), а вiзуальний компонент складає нелiнгвiстичну систему анiмацiйного фiльму (природнi шуми, музика, вiзуальнi образи, рухи персонажiв).

Антронiми – клас ономастичної лексики на позначення iмен людей.

Аудiовiзуальний переклад (АВП) – особливий вид перекладу, який об’єднує переклад елементiв рiзних сфер: переклад фiльмiв, телепрограм, вiдеореклами, мультимедiйної продукцiї та переклад театральних постановок, для якого характерними ознаками є синхронна передача змiсту через два канали (слуховий та зоровий) i рiзнi види кодiв (зображення у русi, нерухоме зображення, текст, дiалог, музика, шум тощо), незмiннiсть зображення, що передбачає пiдпорядкування перекладу останньому, залучення до процесу перекладу кiлькох спецiалiстiв, серед яких перекладач, редактори, режисери, актори. При цьому важлива роль технiчної складової

перекладу, що безпосередньо впливає на формування результату роботи перекладача.

Аудіомедіальний текст – текст, зафіксований у письмовій формі, який, однак, досягає адресата через усну форму (проговорюючись або проспівуючись) та залежно від технічного засобу та немовних форм вираження може бути графічним, акустичним та оптичним.

Багатовимірний переклад – переклад, при якому оригінал, уміщений в одному комунікативному засобі, переноситься іншим засобом або декількома іншими засобами в іншу знакову систему або декілька знакових систем.

Гідроніми – клас ономастичної лексики на позначення назв водоймищ.

Двовимірний переклад – переклад, при якому відбувається зміна комунікативного засобу при одночасному збереженні знакової системи (наприклад, перенесення усних діалогів у фільмі в написаний текст).

Дублювання – вид АВП, який передбачає заміну оригінальної звукової доріжки перекладеним текстом, озвученим акторами, мовою цільової аудиторії з урахуванням часової та словесної відповідності, а також артикуляційних рухів оригіналу. При цьому створюється ілюзія, нібито персонажі на екрані спілкуються рідною для цільової аудиторії мовою.

Ергоніми – клас ономастичної лексики на позначення назв державних, громадських і суспільно-політичних установ, організацій, промислових підприємств.

Закадровий переклад (супровід голосом за кадром, войс-овер) – вид АВП, який полягає у відтворенні оригінальних діалогів мовою перекладу, за якого озвучені цільовою мовою репліки персонажів накладаються на діалог оригіналу, що теж прослуховується на задньому плані.

Зооніми – клас ономастичної лексики на позначення кличок тварин.

Ідеоніми – клас ономастичної лексики на позначення назв об'єктів духовної культури.

Інтерсеміотичний переклад – переклад, за якого відбувається зміна знакової системи – наприклад, відтворення усного мовлення у письмовій формі у випадку субтитрування.

Інтерсеміотичні надлишки – інформація, яка з'являється в усному діалозі і є зрозумілою з контексту зображення, а тому може опускатися при перекладі фільму.

Інтрасеміотичні надлишки – типові ознаки усного мовлення, до яких належать стандартні вітання, звертання, слова-вставки, вигуки, повтори тощо, які можуть елімінуватися при перекладі фільму, що зумовлює, однак, нейтралізацію мовлення.

Кінодискурс – нерозривна єдність вербального (зв'язного тексту), невербального (аудіовізуального ряду) та екстралінгвістичного (особливості культурного середовища) компонентів фільму, що передається за допомогою декількох семіотичних систем. Властивостями кінодискурсу є аудіовізуальність, інтертекстуальність, креолізованість, цілісність, здатність до поділу, модальність, інформативність та прагматична орієнтованість. Причому у його структуру включаються широкі екстралінгвістичні чинники – чинники культурно-ідеологічного середовища, у якому відбувається спілкування. Поняття кінодискурсу охоплює також інтерпретацію фільму глядачем та закладений творцями фільму зміст.

Кінотекст – фрагмент кінодискурсу, який охоплює лінгвістичну систему фільму та зосереджує увагу на його вербальному компоненті. Складовими кінотексту можуть бути лише вузькі екстралінгвістичні чинники – чинники комунікативної ситуації.

Компресія – обумовлене законом мовної економії, вимогами жанру, особливостями інформаційного носія спрощення у процесі перекладу тексту його поверхневої структури – за рахунок підвищення інформативності мовних одиниць та виключення тих компонентів, які можуть бути відновлені

з невербальної частини тексту, без зміни його інформаційного навантаження порівняно з вихідним текстом або нейтральною стилістичною нормою.

Культурно-специфічні елементи – носії етнокультурної інформації, які є типовими для вихідної культури та невідомими або маловідомими в цільовій культурі: природні об'єкти, артефакти, соціальні інституції, манери поведінки, традиційне для колективу ставлення до речей, категорії досвіду та мислення, діалекти, міміка, жести та мова тіла тощо.

Ліпсинг – технологія укладання реплік, що полягає у забезпеченні відповідності артикуляційних рухів персонажів фільму та їхніх «дубльованих голосів» шляхом відтворення у перекладі губних змикань вихідного тексту.

Менталітет – характерні для національної спільноти світогляд, система цінностей і вірувань, духовний настрій, відносно цілісна сукупність думок, життєвих позицій, моделей поведінки, які є унікальними, властивими лише даній спільноті, створюючи її картину світу та скріплюючи єдність культурної традиції.

Ментальність – рівень суспільної свідомості, душа народу, яка зберігає його генетичний код, на основі якого виникає відчуття ідентичності, виробляється кодекс правил, що визначають поведінку представників даного народу.

Міжкультурна асиметрія – відмінності між культурами, які виявляються при зіставленні систем культур та виражаються в асиметрії концептів, стереотипів, невербальної поведінки тощо.

Нейтралізація – стратегія відтворення культурної специфіки, що полягає в намаганні ліквідувати будь-який слід, який зможе характеризувати ту чи іншу культурну спільноту.

Одновимірний переклад – переклад, за якого транслят виступає через один засіб та одну знакову систему (наприклад, традиційний інтерлінгвальний переклад у письмовій формі).

Одомашнення – стратегія відтворення культурної специфіки, що полягає в заміні елементів вихідного тексту, які є специфічними елементами культури оригіналу, елементами цільової культури.

Оними – індивідуальні назви окремих одиничних об'єктів, які слугують для виділення названого ними об'єкта з низки йому подібних з метою його індивідуалізації та ідентифікації.

Очуження – стратегія відтворення культурної специфіки, що полягає в збереженні специфічних культурних елементів тексту оригіналу як таких, завдяки чому цільова аудиторія отримує уявлення про іншу культуру.

Підрядковий переклад – переклад оригінального кіносценарію порядково, результатом якого є зазвичай дослівний переклад, який часто не відповідає принципам адекватності.

Прагматична адаптація – сукупність дій, спрямованих на пристосування перекладеного тексту до особливостей цільової мови і культури, що полягають у внесенні поправок на соціально-культурні, ментальні та інші розбіжності між адресатами оригіналу та перекладу.

Прагматична адекватність тексту – відповідність перекладеного тексту цільовій настанові відправника повідомлення, критерієм якої є рівноцінний комунікативний ефект.

Прагматичний потенціал тексту – здатність тексту створювати певний комунікативний ефект, здійснювати прагматичний вплив на адресата, що формується в результаті вибору автором змісту повідомлення та способу його вираження мовними засобами.

Реалія (за Р. Зорівчак, О. Чередниченко) – моно- і полілексемна одиниця, основне лексичне значення якої містить комплекс етнокультурної інформації, чужої для об'єктивної дійсності мови-сприймача в даний історичний момент.

Синхронізація – збірне поняття для загальних вимог при дублюванні, яке поєднує у собі фонетичну синхронізацію (досягнення єдності між артикуляційними рухами, які бачить глядач, та звуками, які він чує),

синхронізацію характерів (гармонія між звуком акустичного (дубльованого) втілення та зовнішнім виглядом, жестикуляцією та ходою персонажа на екрані) та змістову синхронізацію (відповідність нової версії тексту та дії, що відбувається на екрані).

Синхронний текст – результат адаптації перекладеного кінотексту до артикуляційних рухів персонажів, тобто перекладений кінотекст після застосування ліпсінгу.

Сленг – емоційно забарвлена нелітературна, стилістично знижена лексика, яка служить для створення нових назв осіб, предметів та явищ та вживається передусім в усному мовленні, характеризуючись фамільярним забарвленням та створюючи, таким чином, стилістичні межі її використання.

Спотинг (“spotting”) (або таймінг (“timing”)) – розподіл фільму на часові проміжки шляхом встановлення часових точок початку та кінця фрази, для чого використовуються часові одиниці – години, хвилини, секунди, мілісекунди, або кадри.

Субтитрування – вид АВП, який передбачає стислий виклад перекладених діалогів фільму, що подається у вигляді текстових рядків, розміщених у нижній частині екрану (субтитрів), які з’являються синхронно з відповідною частиною оригінального діалогу між персонажами. При цьому оригінальний звукозапис зберігається.

Топоніми – клас ономастичної лексики на позначення географічних назв.

Хрононіми – клас ономастичної лексики на позначення назв відрізків часу, пов’язаних із подіями історії та явищами культурного життя, важливими в історичному та культурному розвитку народу чи людства в цілому.