

ПРАГМАТИЧНА АДАПТАЦІЯ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ АНГЛОМОВНИХ НАЗВ КІНОФІЛЬМІВ, ТЕГЛАЙНІВ ТА ТРЕЙЛЕРІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

У даній статті робиться спроба проаналізувати основні аспекти прагматичної адаптації як способу перекладу англомовних номінацій кінофільмів і таких рекламних матеріалів до них, як теглайнів та трейлерів. Було проаналізовано номінації, теглайни і тексти трейлерів до кінострічок різноманітних жанрів, випущених у кінопрокат на території України в період із 2009 по 2012 рік.

Ключові слова: прагматика, номінація, теглайн, трейлер, адекватність, стилістика, прагматична адаптація, реалія.

В данній статтє делается попытка проанализировать основные аспекты прагматической адаптации как способа перевода англоязычных номинаций кинофильмов и таких рекламных материалов к ним, как теглайнов и трейлеров. Были проанализированы номинации, теглайны и тексты трейлеров к кинолентам различных жанров, выпущенных в кинопрокат на территории Украины в период с 2009 по 2012 год.

Ключевые слова: прагматика, номинация, теглайн, трейлер, адекватность, стилістика, адаптація.

This article is an attempt to analyze main aspects of pragmatic adaptation as a method of translating English movie titles and such types of promotional material as taglines and trailers into Ukrainian language. Nominations, taglines and texts of trailers to the films of various genres, distributed in Ukraine in the period from 2009 to 2012, are analyzed.

Key words: pragmatics, nomination, tagline, trailer, adequateness, stylistics, adaptation.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Прагматичній адаптації присвячено чимало досліджень таких вчених, як М. Бейкер, Ю. Найда, Л. Вагапова, Н. Валгіна, О. Брандес, Р. Столнейкер, А. Нойберт, Ф. Бацевич. Питання перекладу номінацій кінофільмів досліджували Є. Бальжинімаєва, О. Крисало, В. Зорівчак, А. Трофименко, Л. Калиниченко, І. Мілевич. Вивченням специфіки перекладу теглайнів займалися такі науковці, як Ю. Пірогова, Г. Ніколенко, У. Кирмач, І. Лапінська. Особливості перекладу рекламних відеороликів до кінофільмів досліджували С. Антонюк, Г. Денисова, Ю. Бугорская, М. Кронін. Для вирішення завдання даної статті знадобився комплексний аналіз досліджень різних проблем – як прагматичної адаптації, так і специфіки перекладу різних типів текстів.

Постановка завдання. Аналіз перекладу англомовних номінацій кінофільмів, теглайнів та трейлерів до них дозволяє розглянути прагматичну адаптацію як один із найбільш затребуваних способів інтерпретації назв кінотворів та текстів рекламних слоганів і відеороликів до них. Найбільш повна реалізація комунікативної мети повідомлення, що міститься в назвах кінофільмів, а також у трейлерах і теглайнах до них стає можливою із застосуванням прагматичної адаптації. Мета аналізу полягає в необхідності

визначення головних аспектів прагматичної адаптації при перекладі кінозаголовків, теглайнів до кінострічок та трейлерів до них.

Стаття має відповісти на питання, як застосування прагматичної адаптації впливає на адекватність перекладу й інтерпретацію англомовних назв кінофільмів, теглайнів та трейлерів українською мовою.

Виклад основного матеріалу дослідження. Із розвитком кіноіндустрії та поширенням кінопродукції на території України зростає інтерес до кіномистецтва та окремих його творів, що й зумовлює розвиток перекладу текстів, пов'язаних із даною сферою людської діяльності. Потенційний глядач, у першу чергу, звертає увагу на те, що його цікавить, отже, можна стверджувати, що назва фільму – це не лише заголовок, а й орієнтир при виборі стрічки для перегляду. Отже, створення влучного заголовку – це певне мистецтво. Але не менше мистецтво – правильно перекласти назву фільму, аби вона була рівноцінною оригінальній номінації. Для цього необхідно не лише досконало володіти мовою оригіналу та мовою перекладу, а мати й певні екстралінгвістичні знання і творчі здібності.

Комплексний аналіз перекладів назв кінострічок показує, що менше половини англомовних назв (приблизно 46 %) кінофільмів, випущених в українській прокат за останніх 4 роки, було інтерпретовано методом прямого перекладу. Зазвичай такий метод використовується, якщо оригінальна назва не містить жодних специфічних лінгвокультурних компонентів (назв культурних реалій, одиниць виміру, діалектизмів, екзотизмів, тощо) і не виникає конфлікту форми й змісту: «The Proposal» – «Освідчення», «Law Abiding Citizen» – «Законослухняний громадянин», «Despicable Me» – «Нікчемний я», «Love and Other Drugs» – «Кохання та інші ліки», «Anonymous» – «Анонім», «A Dangerous Method» – «Небезпечний метод», «Snow White and the Huntsman» – «Білосніжка та мисливець», «Journey 2: The Mysterious Island» – «Подорож 2: Загадковий острів».

Натомість, переважна частина (приблизно 54 %) назв кінофільмів перекладається із застосуванням певних трансформацій, а іноді й методом повної заміни номінації. Для інтерпретації такої категорії назв нерідко застосовується прагматична адаптація – внесення певних змін згідно з соціально-культурними, психологічними та іншими відмінностями між одержувачами вихідного тексту і тексту перекладу. За А. Швейцером, прагматична адаптація – це перетворення вихідного висловлювання з урахуванням передачі його прагматичного значення, тобто специфічного сприйняття інформації, що міститься в мовленнєвому висловлюванні, зі сторони різних одержувачів [1]. Із метою здійснення комунікативного ефекту, рівноцінному оригіналу, на реципієнтів тексту перекладу перекладач вдається до застосування різноманітних трансформацій. Перед цим він використовує прагматичний аналіз, який дозволяє визначити, яка інформація може бути вилучена або видозмінена при перекладі. Так як реципієнт оригінального тексту і реципієнт перекладу мають, як правило, відмінний мовний досвід, різну етнічну ментальність та різні фонові знання, досягнення комунікативної мети в перекладі вимагає прагматичної адаптації з урахуванням особливостей мови, ментальності і фонових знань рецептора перекладу. Незважаючи на основні вимоги до роботи перекладача – збереження семантико-структурної відповідності та рівні комунікативно-функціональні властивості – прикладів повних змін номінацій серед українських перекладів існує чимало [2].

Ми визначили ряд найбільш поширених випадків застосування прагматичної адаптації при перекладі англомовних назв кінофільмів українською мовою.

По-перше, слід сказати про необхідність експлікації жанру кінострічки через низьку асоціативність її оригінальної номінації із жанровою спрямованістю. Наприклад, оригінальна номінація американської романтичної комедії «Leap Year» дослівно перекладається як «Високосний рік» і жодним чином не орієнтує потенційних глядачів щодо жанру кінострічки. За сюжетом, головна героїня слідує традиції, поширеній в англомовних країнах, і освідчується коханому 29 лютого – у день, який трапляється лише у високосних роках. Через те, що усереднений

український реципієнт не знайомий із даною традицією, при перекладі назви виникає необхідність експлікації жанру, і перекладач застосовує прагматичну адаптацію, розширюючи номінацію. Включення лексеми «заміж» до остаточного варіанту перекладу («Заміж у високосний рік») дозволяє глядачам ідентифікувати даний кінофільм як такий, що належить до жанру романтичної комедії. Задля експлікації жанру оригінальна назва найчастіше розширюється за допомогою додавання лексем з відповідною конотацією або замінюється новим повідомленням: «London Boulevard» – «Охоронець» (кримінальна драма), «Role Models» – «Дорослі забави» (комедія), «Whiteout» – «Біла Мла» (містичний трилер), «The Watch» – «Сусіди на стромі» (комедія).

Наступним приводом для застосування прагматичної адаптації можна назвати наявність безеквівалентної лексики в назві кінострічки. Наприклад, назва комедії «Hall Pass» («Безшлюбний тиждень») містить назву явища, знайомого усередненому англомовному реципієнту зі школи. «Hall pass» (дослівно «пропуск до холу») – так у США називають дозвіл учню вийти з класу під час уроку. У наш час це сталий вираз уживається американцями як сленговий, і позначає дозвіл вступати в інтимні стосунки з іншими людьми, що чоловіки отримують від своїх жінок. Провести аналогію та пояснити значення такого виразу українському реципієнту, не знайомому із самим явищем, неможливо. Тому перекладач створює назву, що описує явище, на якому будується сюжет комедії, та водночас зберігає лаконічність оригіналу.

Потреба у встановленні зв'язку між назвою та сюжетом, образом протагоніста або головною ідеєю кінофільму також може стати визначальним фактором при застосуванні прагматичної адаптації. Яскравим прикладом послужить переклад назви комедії «Hangover» – «Похмілля у Vegasі». Оригінальна назва кінострічки означає «похмілля», але українського реципієнта такий заголовок міг б насторожити, викликавши зайві асоціації. Просте доповнення дає реципієнту зрозуміти, що за сюжетом герої перебувають в американській столиці розваг.

Прагнення відтворити стилістичні прийоми, застосовані автором в оригінальній номінації також може спонукати перекладача до прагматичної адаптації. Наприклад, відтворення алітерації в перекладах таких назв, як «Megamind» («Мега мозок») та «Real Steel» («Реальна сталь») або адаптування назви, що містить аббревіатуру, що не має еквіваленту в мові перекладу – «LOL» («Літо Однокласники Любов»).

Прагматична адаптація нерідко застосовується за необхідності створити назву з природнім для рецептора перекладу звучанням і структурою: «In Time» – «Час», «Crazy Stupid Love» – «Це безглузде кохання», «Life As We Know It» – «Життя як воно є», «Season of the Witch» – «Час відьом».

При перекладі теглайнів на перший план виходить збереження комунікативної складової вихідного тексту. У процесі перекладу перекладачу доводиться вирішувати як суто лінгвістичні проблеми, обумовлені відмінностями у використанні двох мов у процесі

комунікації, так і проблеми соціолінгвістичної адаптації тексту. Саме тому головне завдання перекладача полягає в тому, щоб використати знання теоретичних основ перекладу для передачі комунікативної функції оригіналу, оскільки знання теоретичних основ перекладу й екстралінгвістичних реалій є необхідною умовою адекватності перекладу. При всьому різноманітті мовних засобів впливу, характерному для всіх різномовних слоганів, необхідно пам'ятати, що насиченість різноманітними засобами виразності не є гарантією успіху. Типовою ознакою вдалого теглайну або його перекладу є гармонічне поєднання основної рекламної ідеї з тими засобами виразності, які даній ідеї відповідають найбільше. Це виражається у знаходженні єдино вірної тональності рекламного звернення, яка надасть теглайну особливої енергетики, підсилюючи його сукупний образно-мовний вплив на аудиторію.

Комплексний аналіз англійських теглайнів та їх перекладів українською мовою показав, що прагматична адаптація є найбільш затребуваним засобом перекладу рекламних слоганів і її застосування найчастіше зумовлюється кількома чинниками.

По-перше, у випадку, коли назва стрічки не експлікує жанр кінострічки, що функцію нерідко виконує теглайн. Слоган до фільму «*Did You hear about the Morgans?*» («Куди поділися Моргани?») в оригіналі звучить як «*We're not in Manhattan anymore*», буквально перекладається як «Ми більше не в Манхеттені» і так само, як номінація, не надає потенційному глядачу жодної інформації про жанр кінострічки. Український варіант, перекладений за допомогою прагматичної адаптації звучить як «Оце так засада...», орієнтуючи реципієнта щодо приналежності кінофільму до комедійного жанру.

Іноді прагматична адаптація теглайнів зумовлюється тяжінням українських слоганів до лаконічності. Наприклад, оригінальний теглайн до біографічної драми «*A Dangerous Method*» («Небезпечний метод») звучав так: «*Based on the true story of Jung, Freud and the patient who came between them*». Проте український перекладач значно скоротив повідомлення, відтворивши лише головну його ідею: «Фрейд проти Юнга».

Наступний аспект застосування прагматичної адаптації полягає в необхідності введення до тексту слогану ключових аспектів сюжетної лінії для залучення цільової аудиторії конкретного кінопродукту. Для підтвердження даної тези існує чимало прикладів. Оригінальний теглайн до кінофільму «*I Love You Man*» («Люблю тебе, чувак») містить питальне речення «*Are you man enough to say it?*» і дослівно перекладається так: «Чи вистачить тобі мужності це сказати?» (питання відноситься до значення номінації). У даному випадку перекладач акцентує увагу не на зв'язку між теглайном та назвою кінофільму, а на особливостях сюжету.

Наявність безеквівалентних фразеологічних одиниць в оригінальному слогані нерідко спонукає перекладача до застосування прагматичної адаптації. Наприклад, оригінальний теглайн до комедії «*It's Complicated*» («Як все заплутано») звучав як «*Divorced...with*

benefits» і містив алюзію на сталий вираз, проте текст перекладу звучав як «*Розлучення та інші переваги*» не містив подібних посилань. Оригінальний теглайн дослівно перекладається як «Розлучені...з перевагами» і містить посилання на сталий вираз «*friends with benefits*» (дослівно – «друзі з перевагами»), який вживається аби позначити двох друзів, які окрім дружніх мають ще й інтимні стосунки. Отже, у даному виразі «переваги» – це «інтимні стосунки». Рецептор оригіналу розуміє це, проте в українській мові не існує сталого виразу на позначення цього поняття, так само, як слово «переваги» не має подібної конотації. Перекладач інтерпретує теглайн майже дослівно, ігноруючи при цьому актуальне значення слова «*benefits*» й оригінальний прийом, що на ньому будується.

Слід відзначити, що прагматична адаптація часто застосовується при перекладі англійських теглайнів, для яких характерним є уживання гри слів. Оригінальний теглайн до романтичної комедії «*Killers*» («Кілери») звучить як «*Marriage...give it your best shot*» та містить каламбур, натомість український варіант позбавлений цього стилістичного прийому: «*Їх ідеальний шлюб можуть врятувати лише... Кілери*». Автор оригінального теглайну використав гру слів, засновану на подвійному значенні англійського слова «*shot*» – «спроба» та «постріл». Не завжди вдається знайти в мові перекладу слово з подвійною конотацією, як у мові оригіналу. У цьому випадку перекладач вдався не до гри слів, а до логічно протиставлення слів «врятувати» та «кілери».

Варто також зазначити, що прагматично адекватний переклад не обов'язково представляє вищий ступінь семантичної, тобто комунікативної інваріантності, а лише є оптимальним варіантом прагматичної, семантичної та стилістичної еквівалентності.

Переклад трейлерів завжди пов'язаний із певними труднощами не тільки лінгвістичного, але й технічного характеру, що безпосередньо впливають на ступінь еквівалентності й адекватності перекладу оригіналу, а також його технічного втілення на екрані (тобто синхронність артикуляції акторів та реплік дублерів). Переклад відеопродукції багато в чому подібний до перекладу художньої літератури, хоча і має певні відмінності. Він більш вільний, ніж переклад літературного твору. Як правило, це пов'язано з тим, що при дублюванні необхідний певний ступінь синхронності. Тому перекладач змушений скорочувати вихідний текст, трансформуючи його таким чином, щоб його аудіовихід збігався з відеорядом. При цьому найбільш поширеним перекладацьким прийомом вважається синтаксичне уподібнення. Тобто необхідність «підлагоджувати» український текст під англійську артикуляцію призводить до значного скорочення довжини фраз, а значить – і до зміни оригінального тексту.

Оскільки переклад трейлерів не є синхронним, робота перекладача полягає в перекладі тексту, спеціально створеного з фрагментів повного сценарію до кінострічки. Він являє собою текстовий файл, що містить репліки кіногероїв, надписи та елементи

звуконаслідування. Через те, що головною метою створення й перекладу трейлерів є реклама певної кінострічки, текст трейлерів надходить до перекладачів ще до того, як вони отримують змогу ознайомитися з повним сюжетом кінострічки. Тож у тексті до трейлеру описується послідовність дій кіногероїв, події, у яких вони беруть участь, і спілкування між персонажами у формі діалогу, що складається з реплік (авторська мова, мова персонажа, ономаіопея). Якщо сценарій кінофільму за своєю формою та структурою є художнім твором, а трейлер складається з його фрагментів, відповідного відеоряду та має на меті рекламу повного твору, можна сказати, що при перекладі трейлеру необхідно користуватися методами художнього перекладу згідно з певними вимогами. За Н. Скоромисловою, до таких вимог належать: відповідність тривалості репліки в оригіналі та перекладі, адже її довжина залежить від артикуляції на екрані; передача реалій або їх заміна на більш зрозумілі аналоги культури мови перекладу; відтворення гумору з урахуванням менталітету рецепторів перекладу (проблема перекладу фразеології, сленгу та ін.); відтворення власних назв зі специфічною конотацією; відтворення вигуків та звуконаслідування [3].

Проаналізувавши тексти англійських трейлерів до кінострічок різних жанрів та їх переклади українською мовою, можемо визначити основні підстави для застосування прагматичної адаптації при їх перекладі українською мовою.

По-перше, необхідно відзначити потребу адаптації перекладу з метою зменшення тривалості фонетичної реалізації репліки, адже її довжина залежить від артикуляції персонажа на екрані.

Також необхідність у застосуванні прагматичної адаптації виникає при потребі підсилення експресивно-емотивної конотації повідомлення персонажів.

Наступний момент, де застосування прагматичної адаптації стане найкращим інструментом перекладу, це – відтворення гумору з урахуванням особливостей менталітету рецепторів перекладу.

Прагматична адаптація при перекладі трейлерів також часто застосовується за умови наявності в

тексті оригіналу без еквівалентної лексики (реалій або фразеологічних одиниць, що варто замінити більш зрозумілими аналогами культури мови перекладу).

Варто зазначити, що використання прагматичної адаптації часто може бути продиктоване контекстом відеоролику, тональністю повідомлення та образом героїв, задіяних у ньому.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Назва фільму – перше, що сприймає глядач; це – спосіб відображення головної думки фільму. Оскільки вдалий переклад назви художнього перекладу фільму є однією з важливих умов сприйняття роботи в перекладі, тому від його адекватності залежить успішність відтворення оригінальної задумки автора сценарію, і комерційний успіх конкретного кіно продукту. У даній статті були визначені основні аспекти прагматичної адаптації номінацій англійських кінофільмів українською мовою.

Теглайн як різновид слогану має виконувати, перш за все, рекламну функцію – цей фактор є одним із визначальних при перекладі такого типу повідомлень. Специфіка перекладу теглайнів полягає не тільки у співвідношенні між змістом оригінального тексту і тексту перекладу, а й в узгодженні їх з особливостями ментальності цільової аудиторії. Аналіз перекладу теглайнів до сучасних англійських фільмів дозволив визначити основні аспекти прагматичної адаптації тексту трейлерів до англійських кінофільмів українською мовою.

Переклад трейлерів пов'язаний із рядом проблем, зумовлених різноплановістю рекламних відеороликів як явища. Поєднання тексту повідомлення з відеорядом та необхідність узгодження обсягу тексту перекладу з артикуляцією акторів – головний екстра-лінгвістичний фактор, що впливає на вибір прагматичної адаптації як засобу перекладу. Комплексний аналіз текстів трейлерів до кінофільмів різної жанрової спрямованості та текстів їх перекладу надав змогу виявити основні випадки, що вимагають застосування прагматичної адаптації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Швейцер А. Д. Теория перевода : статус, проблемы, аспекты / А. Д. Швейцер. – М. : Наука, 1988. – 275 с.
2. Бальжинимаева Е. Ж. Стратегии перевода названий фильмов [Электронный ресурс] / Е. Ж. Бальжинимаева. – Режим доступа : www.labatr.bsu.ru.
3. Скоромислова Н. В. Теоретический аспект перевода художественных фильмов / Н. В. Скоромислова // Вестник Московского Государственного Областного Университета. Серия : Лингвистика. – 2010. – № 1. – С. 153–156.
4. Валгина Н. С. Теория текста : [учебное пособие] / Н. С. Валгина. – М. : Логос, 2003. – 280 с.
5. Крисало О. В. Стратегии перекладу назв кінофільмів / О. В. Крисало, З. В. Громова // Вісник НЛУ ім. Тараса Шевченка. – 2010. – № 13. – С. 190–194.
6. Милевич И. Стратегии перевода названий фильмов / И. Милевич // Рус. яз. за рубежом. – 2007. – № 5. – С. 65–71.
7. Нойберт А. Прагматические аспекты перевода / А. Нойберт // Вопросы теории в зарубежной лингвистике. – М. : Международные отношения, 1978. – С. 185–202.
8. Трофименко А. В. Лінгвістичні особливості перекладу назв англійських художніх фільмів / А. В. Трофименко, Л. В. Калиниченко // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – 2012. – № 13. – С. 231–236.
9. Cronin M. Translation Goes to the Movies / M. Cronin. – Abingdon : Routledge, 2009. – 168 p.