DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-11-99-49>

УДК 81'25:811.111

Гринів Я.І., Романишин Н.І.

Національний університет «Львівська політехніка»

АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ ОДОМАШНЕННЯ, ЗАСТОСОВАНИЙ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ МУЛЬТФІЛЬМУ «THE SECRET LIFE OF PETS»

Анотація. У статті висвітлюється поняття аудіовізуального перекладу кінотекстів та особливості перекладу таких текстів українською мовою. Варто відзначити, що переклад фільму займає особливе місце у типології аудіовізуального перекладу. Метою статті є розкриття методики аналізу стратегії одомашнення, застосованої у перекладі мультфільму. Матеріалом дослідження послужив скрипт мультфільму „The Secret Life of Pets» («Секрети домашніх тварин»). У статті розглянуто використання стратегії одомашнення на практиці, проаналізувавши попередньо оригінальні діалоги з англomовного мультфільму „The Secret Life of Pets» та україномовний варіант. В результаті дослідження в українській версії перекладач надає перекладу діалогів більшої афективності. Отже, найбільша складність у перекладі стилістично забарвленої лексики – це пошук сучасних еквівалентів і часто переклад стилістично-забарвленої лексики залежить від розуміння значення слова в контексті.

Ключові слова: аудіовізуальний переклад, кінострічка, дублювання, стратегія одомашнення.

Hryniv Yaryna, Romanyshyn Natalia

Lviv Polytechnic National University

ANALYSIS OF THE DOMESTIC STRATEGY USED IN THE UKRAINIAN TRANSLATION OF THE CARTOON «THE SECRET LIFE OF PETS»

Summary. The article covers the concept of audiovisual translation of film texts and features of translation of such texts into Ukrainian. It is worth noting that the translation of the film occupies a special place in the typology of audiovisual translation. The article aims to reveal the method of analysis of the domestication strategy used in the translation of the cartoon. The study was based on the script of the cartoon „The Secret Life of Pets». The article considers the use of domestication strategy in practice, analyzing the previously original dialogues from the English cartoon „The Secret Life of Pets» and the Ukrainian dubbing. Often the context forces us to choose one of the options, then we have to look for a new translation option – contextual replacement when due to the specifics of a particular context, the translator refuses to use existing lexical matching and chooses a translation option for a particular case. As a result of the research in the Ukrainian version, the translator provides the translation of dialogues with greater affectivity. Thus, the greatest difficulty in translating stylistically colored vocabulary is the search for modern equivalents, and often the translation of stylistically colored vocabulary depends on understanding the meaning of the word in context. After analyzing dialogues with stylistically colored language, we concluded that compilers of dictionaries are usually limited to stylistically neutral variants of lexical units, which convey only their general meaning. Therefore, the work of a translator working with text with stylistically colored language is to find an equivalent in the language of translation, which is characterized by approximately the same expressiveness and emotional coloring. Therefore, for a more adequate translation, it is necessary to take into account the video sequence, which contains additional information about the original. When translating a film text, the translator must convey not only syntactic and semantic structures and phraseology, but also functional and pragmatic aspects. In the process of translating a film, the translator faces many tasks. In particular, the choice of strategies and tactics for the reproduction of realities, ambiguous vocabulary, the search for equivalents of different levels, the adaptation of realities to the cultural stereotypes of the viewer, text support, synchronization with the image.

Keywords: audiovisual translation, film, dubbing, domestication strategy.

Постановка проблеми. Переклад фільму займає особливе місце у типології аудіовізуального перекладу і залежно від дистриб'ютора (або замовника та місця первинного перегляду); його можна розділити на кінотеатр (на замовлення відповідної кінокомпанії оригіналу для перегляду фільмів) та телебачення (за замовленням телевізійного каналу для телетрансляції).

Головною відмінністю між усіма типами аудіовізуального перекладу – це об'єкт перекладу, який у перекладі фільму потрібно зняти як нерозривну єдність вербальної та невербальної інформації, що передається через кілька семіотичних систем. Тому ми не можемо назвати об'єктом перекладу сценарії чи текст фільму, оскільки переклад останнього призначений лише для врахування та відтворення вербальної складової на основі написаного тексту [1, с. 240].

Таким чином, переклад фільму як тип аудіовізуального має такі диференціальні особливості: наявність двох каналів сприйняття – зорового та слухового, які взаємодіють і доповнюють один одного; переклад зображення на екрані; відсутність у перекладача здатності інтерпретувати поняття, невідомі новій цільовій аудиторії; домінування принципу забезпечення прагматичного ефекту [2, с. 375].

Оскільки переклад фільму займає особливе місце у типології аудіовізуального перекладу і залежно від дистриб'ютора (або замовника та місця первинного перегляду); його можна розділити на кінотеатр (на замовлення відповідної кінокомпанії оригіналу для перегляду фільмів) та телебачення (за замовленням телевізійного каналу для телетрансляції). У цьому випадку типи перекладу фільмів розрізняються: якщо переклад фільму

в основному використовується для дубляжу, то для перекладу телевізійних продуктів – як дубляж, так і позаекранний переклад та субтитри [1, с. 11].

Аналіз досліджень і публікацій. Теоретичною базою дослідження послужили роботи вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, таких як Плетенецька Ю., Конкульовський В., Орехова О., Лукьянова Т., Малкович Т., Мельник А., Полякова О., Єфремової М., Райс К. та інших.

Метою пропонованої статті є розкриття методики аналізу стратегії одомашнення, застосованих в перекладі фільмів. Матеріалом дослідження є скрипт мультфільму „*The Secret Life of Pets*» («Секрети домашніх тварин»).

Виклад основного матеріалу. Даваймо розглянемо використання стратегії одомашнення на практиці, проаналізувавши оригінальні діалоги з англійського мультфільму «Секрети домашніх тварин» та україномовний варіант того ж мультфільму. Застосовувалися такі стратегії перекладу: опущення певного елемента, заміна елемента функціональним еквівалентом та використання описового перекладу.

Опрацюючи мультфільм, я знайшла такі приклади одомашнення:

Приклад № 1

Англійський варіант	Український варіант
It's in my head.	Воно мені вже в печінках сидить.

Фраза «*It's in my head*» перекладається українською мовою як «Воно мені вже в печінках сидить». В українській мові це фразеологізм, що означає «Набридати, ставати нестерпним». Ми можемо побачити, що ці дві фрази не мають абсолютно однакових значень, але в англійській мові це просто вираз, а не ідіома.

Приклад № 2

Англійський варіант	Український варіант
It's on the tip of my tongue.	На язичі крутиться.

Згідно з Кембриджським словником, ідіома «*It's on the tip of my tongue*» означає «про сильне бажання сказати щось, спитати про кого-, що-небудь». «*Крутиться на язичі*» українською – це фразеологізм, що означає «нездатність отримати слово з пам'яті, поєднана з частковим отриганням та відчуттям, що слово ось-ось вдасться пригадати, коли воно «*крутиться на язичі*»». Ці дві фрази є рівноцінними в обох мовах [1].

Приклад № 3

Англійський варіант	Український варіант
Three leagues.	Десять кілометрів.

Ліга – це одиниця виміру довжини. Ця одиниця виміру була поширеною в Європі та Латинській Америці, але більше не є офіційною одиницею жодної нації. Це слово спочатку означало відстань, яку людина могла пройти за годину. Як і миля, існує різниця між морською та сухопутною лігами. У перекладі слово «ліга» було одомашнено, оскільки в Україні є інша одиниця вимірювання довжини (кілометр).

Приклад № 4

Англійський варіант	Український варіант
You really nailed him.	Ну викапаний він.

У дуже неформальних, невимущених розмовах ви можете почути цей вираз. «*To nail someone*» буквально означає «змалювати когось», тому його перекладали українською як «викапаний». Це означає «Дуже схожий на кого-небудь; такий самий, як хтось». Тут ми бачимо, що оригінальний текст має те саме значення, що і переклад.

Приклад № 5

Англійський варіант	Український варіант
You can't see a thing.	Хоч в око стріль

В українській мові ми використовуємо фразеологізм «*хоч в око стріль*», що означає «зовсім нічого не видно, дуже темно». Це дуже точний переклад оригінальної фрази. В українській мові він широко використовується у творах різних авторів, таких як Є. Гуцало, П. Мирний, С. Гулак-Артемівський та інші [1].

Приклад № 6

Англійський варіант	Український варіант
Must have left your present in the car, sweetie.	Я забув твій подарунок в машині, пташечко.

В англійській мові ми часто використовуємо «*sweetie*» для позначення когось, кого ви любите, наприклад, дитини, партнера, хорошого друга чи наших домашніх тварин. Українське «*пташечко*» є аналогом англійського. Тому ми бачимо, що його перекладали не як «солоденька, цукерочко», а через стратегію одомашнення.

Приклад № 7

Англійський варіант	Український варіант
Cotcha!	Бувай здоровий!

В українській мові є традиційні формули побажань, привітань, запрошень. Багато з них мають риси фразеологізмів. Їх завдання – за допомогою слів викликати необхідні дії, нав'язати комусь свою волю. Одиниці цього типу міцно пов'язані з національною символікою.

Відтворюючи фрагмент історії культури, вони демонструють національний характер, оскільки генетично пов'язані з традиціями народу, його переконаннями і забобами, ритуалами та діями тощо. «*Бувай здоровий*» – це «доброзичливі побажання будь-кому», особливо на прощання. Відповідно до Urban Dictionary, «*cotcha*» можна визначити як остаточне «*goodbye*». Це походить від виразу «*Chat ya*», або «*chat to you*». Можна зробити висновок, що ці два вирази еквівалентні один одному [35].

Приклад № 8

Англійський варіант	Український варіант
Come on, Peach!	Давай, зіронько.

Українською мовою «*зіронько*» – це ніжне звернення до людини. Воно була одомашнено звичною українською мовою, оскільки «*peach*»

в українській мові не використовується для позначення особи; його можна використовувати лише в особистій справі. Однак для американців це цілком нормальне звернення.

Приклад № 9

Англійський варіант	Український варіант
Koochi koochi koo.	Утю-тю-тю.

Як згадувалося у міському словнику, «*koochi koochi koo*» використовується як сленг для слова «*my lover*», що найчастіше вживається, коли дівчина жартома згадує свого хлопця чи найкращого друга. Щодо «*Утю-тю-тю*», то українською це слово (точніше, просто вигук) означає своєрідне чуттєве і зворушливе вираження своїх почуттів до когось (чи чогось). Наприклад, його можна вигукувати до чарівної дитини, а частіше – коли бачиш цуценя, кошеня чи милу плюшеву дитячу іграшку [35].

Приклад № 10

Англійський варіант	Український варіант
We're about to hit it.	Беру на таран.

«*Йти (брати) на таран*» означає нанести сильний, рішучий удар. «*To hit*» – найкращий варіант для цього перекладу. Фраза англійською мовою описує значення українського виразу в перекладі.

Приклад № 11

Англійський варіант	Український варіант
Until they're beating up dozens of animals on the Brooklyn Bridge?	Поки ви разом не дасте поганцям добрячого прочухана.

За даними Українського фразеологічного словника, «*дати прочухана*» означає «*дуже лаяти, сварити кого-будь*». В оригіналі ми маємо фразу «*beating-up*», що означає «насильницький напад, під час якого жертва отримує неодноразовий удар». Обидва вирази мають невелику різницю у своєму значенні. Вираз «*дати прочухана*» існує лише в українській мові і в більшості вживається у літературі.

Приклад № 12

Англійський варіант	Український варіант
You're in love. How gross for everyone.	Ви сі подивіт! Чи не гаютьсі, не встидаютьсі.

Частина «*сі*» зазвичай використовується окремо в західних областях України, хоча вона не кодифікована в літературній мові. Як і багато інших діалектних форм, це стало явною ознакою сільської спільності. Тобто, серйозно, без іронічних наслідків, так говорять лише літні люди або жителі села. Якщо ви чуєте це від мешканців міста чи молоді, це означає, що вони жартують або намагаються зробити свою промову іронічною. «*Gross*» означає «*грубо або образливо, вкрай неприємно*», і це значення пов'язане з його українським перекладом. Приклад ілюструє випадок, коли перекладач фільмів повинен звернути особливу увагу на те, що відбувається на екрані, щоб правильно перекласти, оскільки в цьому випадку практично немає контексту.

Приклад № 13

Англійський варіант	Український варіант
It is on, humans!	Людиняку на гіляку!

Домашні тварини, які ненавидять людей і мріють здійснити революцію з гаслом «*Man on a branch*» («*людиняку на гіляку*»). На сцені вони кричали «*It is on, humans!*», що буквально означає «*вже почалося*». Українською мовою вираз «*Людиняку на гіляку!*» неодноразово вживався у різних суперечках. Це суто український вираз. В українській версії перекладач надав цьому реченню більшої афективності. Це вигук, який рідко використовується в повсякденному житті, але знову ж таки виконує функцію створення українського духу та змушує глядачів думати, що вони дивляться українське, а не американське кіно.

Приклад № 14

Англійський варіант	Український варіант
Mr. Bossy.	Командує він.

Перш за все, я хотіла би відзначити, що «*Mr.*» мабуть, буде незрозуміло для дітей, особливо для українців. Крім того, «*Mr*» змінили на «*він*», щоб пояснити це маленьким глядачам. *Mr. Bossy* походить від слова «*бос*», що згідно зі словником означає особу, яка здійснює контроль або повноваження [34].

Приклад № 15

Англійський варіант	Український варіант
It could ingest us.	Від нас і кісток не залишиться.

Український вираз «*і кісток не лишити*» означає, що хтось повністю розбитий, знищений. «*To ingest*» означає «*випити або з'їсти що-небудь*». У цьому випадку він вживається у переносному значенні. Тут ми можемо спостерігати еквівалентність між оригіналом та перекладом.

Приклад № 16

Англійський варіант	Український варіант
Course you are.	Ще б пак!

«*Ще б пак*» – це український вираз, який вживається для ствердження чого-небудь; інакше й бути не може. Ви вживаєте його, щоб припустити, що щось нормальне, очевидне чи добре відоме, і тому не повинно дивувати людину, з якою ви спілкуєтесь. Тут ми спостерігаємо випадок, коли приручення використовується для того, щоб конотація була еквівалентна одна одній [2].

Приклад № 17

Англійський варіант	Український варіант
Unless it's covered in peanut butter.	Хіба якщо їх запхнуть в свіженьку сметанку.

Згідно з Кембриджським словником, «*arachis-ove масло*» – це м'яка блідо-коричнева паста, зроблена з подрібненого смаженого арахісу, яку часто намазують на хліб. В українському перекладі «*арахісове масло*» було одомашнено як «*сметана*». Тому що в Україні люди часто годують своїх улюбленців сметаною, і це звично для нас [3].

Найбільша складність при перекладі стилістично забарвленої мови з іноземної мови на мову перекладу і навпаки полягає в тому, що стилістично забарвлена мова-це найбільш рухомий шар словникового запасу, і жоден словник нових слів не може наздогнати розвиток мови в цій галузі. Крім того, багато лексичних одиниць стилістично забарвленої мови є дуже нетривалими та швидко застарілими. Отже, найбільша складність у перекладі стилістично забарвленої лексики – це пошук сучасних еквівалентів [1, р. 13].

Вибір засобів вираження мовою перекладу безпосередньо залежить від розуміння значення слова в контексті. Остаточний варіант перекладу повинен передавати не лише змістовні відтінки слова, а й виразну та стилістичну забарвленість слова.

Часто контекст змушує вибрати один із варіантів відповідності, тоді доводиться шукати новий варіант перекладу – контекстуальну заміну, коли через специфіку конкретного контексту перекладач відмовляється використовувати існуючу лексичну відповідність і вибирає варіант перекладу для конкретного випадку [7, с. 18].

Проаналізувавши цей зразок стилістично забарвленої мови, ми прийшли до висновку, що укладачі словників зазвичай обмежуються стилістично нейтральними варіантами лексичних одиниць, які передають лише їх загальне значення. Тому робота перекладача, що працює з текстом із стилістично забарвленою мовою, – знайти еквівалент у мові перекладу, яка характеризується приблизно однаковою виразністю та емоційним забарвленням.

Таким чином, на основі аналізу вибірки була відзначена закономірність. Взявши 100% загальної кількості лексичних одиниць у вибірці, ми ді-

йшли висновку, що основним способом перекладу стилістично забарвленої лексики є аналог, що становить 47% від загальної кількості слів. Усі інші лексичні одиниці перекладено з використанням пропусків та еквівалентів. Таким чином, 32% стилістично забарвлених слів було перекладено еквівалентом, 21% стилістично забарвленої мови переклали опущенням, проте описового способу перекладу не було виявлено взагалі.

Висновки. У процесі перекладу фільму перед перекладачем стоїть багато завдань. Зокрема, вибір стратегій і тактик для відтворення реалій, двозначна лексика, пошук еквівалентів різних рівнів, адаптація реалій до культурних стереотипів глядача, текстовий супровід, синхронізація із зображенням. Синхронізація із зображенням призведе до скорочення фраз з урахуванням соціального статусу, культурного рівня та віку персонажів, відтворення специфічного гумору, сленгу, перекладу назв фільмів.

Працюючи з кінотекстом, фахівець обирає стратегію перекладу відповідно до цільової аудиторії та художнього стилю автора, а також жанрової специфіки. При перекладі фільму важливо зберегти оригінальну ідею автора, розкрити героїв. Перекладач повинен якомога точніше та адекватніше передавати інформаційно-емоційне повідомлення, відтворене у словесному мовленні акторів, тексти, що озвучується, пісня та титрах [3, с. 118].

Для більш адекватного перекладу необхідно враховувати відеопослідовність, яка містить додаткову інформацію про оригінал. При перекладі кінотексту перекладач повинен передавати не лише синтаксичні та семантичні структури та фразеологізми, але також функціональні та прагматичні аспекти.

Список літератури:

1. Демецька В., Федорченко О. До проблеми перекладу кінотекстів. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2010. С. 239–243.
2. Козуляев А.В. Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности. *Царскосельские чтения*. 2013. С. 374–381.
3. Anderman G. Audiovisual Translation: Language Transfer on Screen / G. Anderman, J. Diaz-Cintas. 2009. 272 p.
4. Koller W. The Concept of Equivalence and the Object of Translation Studies [Text] / W. Koller. 1995, Target (1(2)). P. 191–222.
5. Orero P. Topics in audiovisual translation [Text] / P. Orero. Amsterdam : John Benjamins Pub., 2004. 76 p.
6. Paquin, R. Translator, Adapter, Screenwriter. Translating for the audiovisual [Text] / R. Paquin // Translation Journal. 1998. Vol. 2.
7. Szarkowska A. The Power of Film Translation [Text] // Translation Journal. 2009. № 30.

References:

1. Demetska V. (2010) Do problemy perekladu kinotekstiv [To the problem of translating film texts]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, pp. 239–243. (in Ukrainian)
2. Kozulyaev A.V. (2013) Audiovizual'nyy polisemanticheskyy perevod kak osobaya forma perevodcheskoy deyatel'nosti [Audiovisual polysemantic translation as a special form of translation activity]. *Tsarskosel'skie chteniya*, pp. 374–381. (in Russian)
3. Anderman G. (2009) Audiovisual Translation: Language Transfer on Screen / G. Anderman, J. Diaz-Cintas. 272 p.
4. Koller W. (1995) The Concept of Equivalence and the Object of Translation Studies [Text] / W. Koller, Target (1(2)), pp. 191–222.
5. Orero P. (2004) Topics in audiovisual translation [Text] / P. Orero. Amsterdam: John Benjamins Pub., 76 p.
6. Paquin R. (1998) Translator, Adapter, Screenwriter. Translating for the audiovisual [Text] / R. Paquin // Translation Journal, vol. 2.
7. Szarkowska A. (2009) The Power of Film Translation [Text] // Translation Journal, no. 30.