

До питання про стратегію та адекватність англо-українського перекладу заголовків художніх фільмів

Галузь художнього кіноперекладу наразі проходить етап активного розвитку, пов'язаний із зростанням ролі художнього кінематографу як одного з напрямків міжкультурної комунікації, який дотепер не отримав достатнього висвітлення в перекладознавчих студіях. Про зростання інтересу до цієї теми свідчать перекладознавчі розвідки Ярослави Кривонос, яка розглядає особливості українського кіноперекладу в термінах стратегій одомашнення та очуження [1: 316], Анастасії Мельник, яка досліджує особливості субтитрування кінопродукції як різновиду аудіовізуального перекладу [2: 392] та інших.

Сценарії художніх фільмів є особливим типом дискурсу, якому притаманні такі особливості як супроводження тестової інформації відеорядом, що унаочнює образи та ідеї і звужує простір уяви читача, порівняно з літературним твором, стислість цільового тексту, зумовлена необхідністю синхронізації зображення на екрані та тексту, який звучить за кадром (в разі дубляжу) та обмеженістю місця для розташування субтитрів на екрані (в разі субтитрування). Останнє робить неможливим застосування перекладацького коментарю або примітки, зокрема, для тлумачення іншомовних реалій, що ускладнює одомашнення цільового тексту. Відсутність графічної форми тексту (в разі дубляжу) та неможливість повернення до неї для уточнення сприйняття змісту твору (в разі субтитрування) ускладнює завдання наближення цільового тексту до глядача.

Заголовок художнього твору і кінофільму, зокрема, є особливим елементом тексту, його ключовою, сильною позицією. Як і до самого сценарію, до нього висуваються вимоги стислості і виразності, адже саме заголовок повинен захопити уяву глядача, створити в нього перше враження про фільм, його жанр та привабливість, що має, насамперед, комерційне значення. Заголовок фільму перекладається, принаймні в його робочій версії, інколи раніше самого кінопродукту, що необхідно для реклами нових фільмів, які виходять в прокат, а тому час від часу маємо справу з недолугими перекладами заголовків, відірваних від змісту твору. Це вводить в оману потенційного глядача і формує в нього упереджену уяву про кінопродукт. І вже тільки переглянувши фільм, глядач може відповісти для себе на запитання, чи відбиває заголовок фільму ідейно-смысловий задум авторів, тобто чи є він адекватним.

Тому всі підходити до перекладу заголовків художніх фільмів підпорядковуються одній домінантній комерційній стратегії – приверненню уваги глядача до пропонованого продукту будь-якою ціною. Дотримання цієї вимоги треба розглядати в широкому контексті індустрії кіноперекладу, в якому перекладач є лише одним із учасників процесу адаптації іншомовного художнього кінотвору до вимог українського глядача. Аналіз приблизно 100 заголовків англomовних художніх фільмів, які вийшли в український прокат, свідчить про реалізацію такої стратегії за допомогою низки підходів, які на практиці часто призводять до неадекватності перекладу та спотворення уяви потенційного глядача про можливий зміст твору, адже не завжди вдається вдало реалізувати цю базову стратегію в конкретних перекладах.

Першим і особливим підходом в рамках цієї стратегії є проста заміна англійського заголовку на абсолютно іншу українську назву, яка в ідеалі повинна вкладатися в широкий контекст твору, але безпосередньо з ним не зв'язана, наприклад: кінофільм “The Green Zone” вийшов в прокат під назвою «Не брати живим», “Butterfly On A Wheel” як «Викуп», “Next” як «Пророк», “The Hurt Locker” як «Володар бурі». Такий підхід, очевидно, зумовлений складністю відтворення в українській мові англійської ідіоматики, що часто пов'язується з реметафоризацією, тобто необхідністю заміни образу (to break a butterfly on a wheel – застосувати надлишкову силу для досягнення мети, порівняйте з «стріляти з гармат по горобцях»), або нестачею фонових знань у адресата («зелена зона» може викликати екологічні, а не військові асоціації), або просто недостатньою експресивністю буквального перекладу (порівняйте: «Наступний» та «Пророк»). В останньому випадку у читача можуть виникнути небажані біблійні асоціації, адже мова в фільмі йде про людину, яка просто могла передбачати події на декілька хвилин наперед, а не про пророка в біблійному розумінні.

Другим, дуже поширеним підходом, є умовно кажучи «частковий еквівалентний переклад», тобто відтворення певних елементів змісту оригінального заголовка за допомогою еквівалентів і заміна інших елементів на такі, що впливають із його змісту, тобто, в ідеалі маємо справу з комбінацією еквівалентного перекладу і семантичного розвитку. На практиці такий підхід часто призводить до неадекватного, просто помилкового перекладу, пов'язаного з непрофесійністю перекладача, зокрема, з нерозумінням ним знову ж таки англійської ідіоматики, наприклад: “Walking Tall” було перекладено як «Широко крокуючи», хоча насправді ця ідіома означає «гордо, з високо віднятою головою», або “A Dirty Shame” – «Ганебне заняття», хоча насправді ця ідіома означає «дуже шкода». Невдалими є і переклад назви фільму “Double Jeopardy” як «Подвійний прорахунок». Зрозуміло, що англійський юридичний термін “double jeopardy”, який означає закон про неможливість притягати злочинця до відповідальності за один і той же злочин двічі, не має еквівалента або аналога в українській мові, але й заміна семи «підсудність» (jeopardy) на «прорахунок» невиправдана, адже не витікає зі змісту твору. Досить вдалими перекладами в рамках такого підходу можна вважати переклад назви історичного фільму про капітана англійського військового корабля “Master

and Commander” як «Хазяїн морів» (перше слово перекладено еквівалентом, сема «капітан» (commander) замінена семою «море», адже бувалою капітана можна безперечно вважати хазяїном морів), “Vantage Point” як «Точка обстрілу» (буквально значить «вигідна позиція», сема «точка» залишена, сема «вигідна» (vantage) замінена на сему «обстріл», адже вигідна позиція – це та, з якої зручно стріляти).

Третім підходом до перекладу заголовків є буквальний переклад, який не обов’язково є неправильним, але часто несе з собою певні семантичні та стилістичні втрати, наприклад: “The Thomas Crown Affair” – «Афера Томаса Крауна». В цьому випадку стилістично нейтральне слово “affair” (справа) перекладено його частковим еквівалентом «афера» з чітко визначеною негативною забарвленістю. Саме стилістична маркованість цієї лексеми, на нашу думку, допомагає привернути увагу глядача. А от буквальний переклад назви “The Long Kiss Goodnight” як «Довгий поцілунок на ніч» не виграє в стилістичній маркованості, але безперечно програє в плані змісту, адже це словосполучення, крім свого буквального значення, ще є терміном в галузі бойових мистецтв і означає певний вид удару. Безперечно адекватними є буквальний переклад “Blood Diamond” як «Кривавий діамант», “Inglorious Bastards” як «Безславні виродки», “Clear and Present Danger” як «Пряма та явна загроза», тощо. Проте буквальний переклад може бути і неадекватним, якщо перекладач не зумів розпізнати в оригінальній назві ідіому. Ідіоматичність взагалі притаманна англійським заголовкам художніх фільмів, які віддзеркалюють сучасний стан англійської мови. Так, наприклад, буквальний переклад “Clockwork Orange” як «Заводний апельсин» є неадекватним, адже в основу англійської назви закладено ідіому зі значенням «дивна, малоймовірна річ»; це значення повністю відсутнє в українському перекладі. Заголовок “Head in the Clouds” насправді є скороченням від “to have your head in the clouds” (літати в хмарах). А чи має якесь значення український буквальний переклад цього заголовка «Голова в хмарах»? Медичний термін “blood work” (аналіз крові) перетворюється в аналогічній назві на «Криваву роботу». Можливо, це була проста помилка, а, можливо, ще одна спроба привернути увагу до гостросюжетного бойовика драматичною назвою. В цілому, ідіому в назві часто можна вдало перекласти іншою ідіомою, навіть якщо образність доведеться поміняти, наприклад: “Die Hard” – «Міцний горішок» (аналоговий переклад).

Основній стратегії привернення уваги глядача до пропонованого художнього фільму служать і такі прийоми як додавання або вилучення елементів в перекладеній назві порівняно з оригінальною. Так, назва гостросюжетного бойовика “In Bruges” була перекладена як «Залягти на дно в Брюгге». Додавання стилістично маркованого фразеологізму «залягти на дно» прямо вказує на жанр фільму, робить назву більш експресивною. А от англійська назва “Black Hawk Down” була не зовсім вдало скорочена до «Чорний яструб», адже якщо англійському глядачеві з оригінальної назви зрозуміло, що фільм має військову тематику, зі скороченого українського заголовка це не впливає, хоча бажання залишити «чорного яструба» (жаргонна військова назва для гелікоптера) зрозуміло з огляду на його експресивність.

В гонитві за експресивністю назви інколи вживаються доволі незрозумілі українські заголовки, позбавлені конкретного семантичного значення. Наприклад, що означає «Поцілунок навиліт»? Оригінальний заголовок цього фільму “Kiss-Kiss Bang-Bang” можна було не менш експресивно перекласти «Піф-паф, цюм-цюм» зі збереженням його семантики.

Таким чином, аналіз масиву перекладів англійських оригінальних заголовків українською мовою свідчить про намагання перекладачів слідувати стратегії привернення уваги глядача до кінопродукту за допомогою експресивності та стислості перекладеного заголовка. Ця стратегія на практиці реалізується через низку підходів: заміна назви, що може розглядатися як контекстуальний переклад в дуже широкому розумінні, «частковий еквівалентний» переклад, буквальний переклад, додавання та вилучення елементів заголовку, тощо. Основним викликом для перекладача є використання в оригінальних заголовках ідіом, жаргонізмів, термінів, які перекладач може не розпізнати, а також алюзивність та стилістична маркованість оригінальних заголовків. Досягнення адекватності в перекладі таких заголовків неможливе без ґрунтовних культурологічних знань, що становлять важливу складову професійної компетентності перекладача.

Література

1. Кривонос Я. Особливості застосування стратегій очуження та одомашнення в сучасному українському перекладі / Українське мовознавство. Міжвідомчий наук. збірник. – № 40/1, 2010. – С.316-318. 2. Мельник А. Субтитрування як різновид аудіовізуального перекладу: особливості, характер трансформацій, перекладацькі виклики. / Українське мовознавство. Міжвідомчий наук. збірник. – № 40/1, 2010. – С.392-395.