

Н. Дьомова, аспірант
ЛНУ імені Івана Франка, Львів

**ВІДТВОРЕННЯ ПРОСОДІЙНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ
БОЖЕВІЛЬНИХ ПІСЕНЬ ОФЕЛІЇ (ІЗ ДРАМИ «ГАМЛЕТ, ПРИНЦ
ДАТСЬКИЙ» В. ШЕКСПІРА) В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ
П. КУЛИША, М. СТАРИЦЬКОГО ТА Г. КОЧУРА**

У статті розглянуто проблеми, що постали перед П. Кулішем, М. Старицьким та Г. Кочуром при перекладі божевільних пісень Офелії на українську мову, а також їхню роль у створенні образу Офелії і підкресленні лейтмотивів відомої драми Шекспіра.

Ключові слова: «божевільні пісні» Офелії, метрика, рима, строфа, англійська балада.

Н. Дёмова, аспирант
ЛНУ имени Ивана Франко, Львов

**ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ПРОСОДИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ
БЕЗУМНЫХ ПЕСЕН ОФЕЛИИ (ИЗ ДРАМЫ «ГАМЛЕТ, ПРИНЦ
ДАТСКИЙ» В. ШЕКСПИРА) В УКРАИНСКИХ ПЕРЕВОДАХ П. КУЛИША,
М. СТАРИЦКОГО И Г. КОЧУРА**

В статье рассматриваются проблемы, с которыми столкнулись П. Кулиш, М. Старицкий и Г. Кочур при переводе безумных песен Офелии на украинский язык, а также их роль для создания образа Офелии и подчеркивания лейтмотивов известной драмы Шекспира.

Ключевые слова: «безумные песни» Офелии, метрика, рифма, строфа, английская балада.

УДК 821.10/03
М. Гриценко, аспірант
КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

**КУЛЬТУРНИЙ ІМПОРТ ЦІННОСТЕЙ ЯК СТРАТЕГІЯ ВІКОВОЇ
ПЕРЕОРІЄНТАЦІЇ ХУДОЖНЬОГО ТВОРУ В ПЕРЕКЛАДІ**

Стаття присвячена дослідженню культурного імпорту цінностей як засобу зміни вікової групи цільових читачів художнього твору для різновікової аудиторії в перекладі.

Ключові слова: кросовер-література, культурний імпорт цінностей, цільова аудиторія, адаптація, вікова переорієнтація, культурний маркер.

Перекладацький проект передбачає скоординовану роботу всіх його учасників, а отже – перекладацьку стратегію, яка від суто перекладацької роботи з текстом має

© М. Гриценко, 2014

поширюватися й на інші стадії трансферу художнього твору до країни мови перекладу. Під час роботи з кросовер-твором (художнім твором для різновікової аудиторії) виникає додаткова потреба визначення цільового читача в культурі-реципієнті. Оскільки художній твір зазвичай несе на собі відбиток національного середовища – контексту країни свого походження, зустріч культур у процесі перекладу може створювати перешкоди для його сприйняття читачем із чужого культурного середовища.

Отож виникає потреба в адаптації. Слід зауважити, що віковий фактор ускладнює адаптивний аспект перекладу, адже змушує нас не просто зважати на особливості національного читача в цілому, а вдаватися в специфіку вимог/потреб/очікувань певної вікової категорії.

Читацьку аудиторію можна умовно поділити на дві групи: старших (дорослих) і молодших (молодь). У такий спосіб ми одночасно передбачаємо можливі зсуви спрямування твору: його адаптацію для певних вікових категорій. Адаптацію не слід розуміти винятково як спрощення тексту для підвищення читабельності твору для молодших читачів чи роз'яснення певних понять для дорослих.

Увіраження алюзій, активізація асоціацій з певними явищами зарубіжної або ж національної культури також представляють способи адаптації, однак із більшим ступенем втручання в оригінальний текст, хоча суто “просвітницького” аспекту вони позбавлені. Такі засоби спрямовані перш за все на зацікавлення цільового читача перекладу: з одного боку це суперечить очікуваній “демістифікації” змісту першотвору під час адаптації, з іншого ж – приваблює саме своєю видимою складністю перекладного тексту.

Як одомашнення, так і очуження тексту можна розглядати як адаптацію, спрямовану на читацькі потреби: як на задоволення таких потреб, так і на їх зміну (у випадку, коли текст “кидає виклик” читачеві). Незалежно від того, який саме аспект ми оберемо для використання в процесі перекладу, загалом така стратегія полягатиме в культурному імпорті цінностей.

Отже, культурний аспект перекладу важливий перш за все для входження чужорідного культурного елемента – художнього твору – до вітчизняного середовища. Успішний перебіг такого процесу – не тільки свідчення якісної роботи над перекладацьким проектом, що звичайно ж передбачає вміле оперування мовнокультурним матеріалом із боку перекладача. Це також запорука розвитку ринку перекладної літератури. Тут слід згадати слова Л. Венуті про те, що “в країнах, що розвиваються, переклад стає не тільки культурним, а й економічним капіталом” [13: 187].

Дослідник зауважує, що цінність будь-якого перекладеного твору залежить від його впливу та функцій, які неможливо повністю передбачити або ж контролювати. Однак він попереджає про те що, такий елемент випадковості не зменшує, а, навпаки, збільшує відповідальність перекладача за оцінювання впливу проекту шляхом відтворення ієрархії цінностей своєї національної культури, які насажують переклад і його вірогідне сприйняття [13: 189].

Переклад, як підсумовує Л. Венуті, створюється в певний момент в історії культури. Він втрачає комерційну та культурну цінність, коли з'являються нові вітчизняні тенденції та групи, що звужують його ринок і спонукають видавця припинити перевидання твору або ж інвестувати в новий переклад того самого зарубіжного твору. Переклад зі своєю подвійною вірністю зарубіжному текстові й домашній культурі – це нагадування про те, що жоден акт тлумачення не може бути остаточним/авторитетним для кожної культурної групи, що переклад завжди локальний і залежний від обставин [13: 46-65].

Відзначаючи ситуативність як характерну рису кросовер-літератури в перекладі, слід зауважити релевантність вищезгаданих спостережень до перекладацьких стратегій, спрямованих на введення кросовер-тексту в нове культурне середовище з урахуванням його можливої/необхідної/знехтуваної вікової переорієнтації.

О. Ребрій, називаючи перекладацьку творчість “мистецтвом компромісу”, стверджує: “Творчий аспект перекладу (...) полягає у вмінні перекладачка гармонійно поєднувати елементи, скеровані на відтворення культурно-мовної специфіки оригіналу як складової вихідного культурного середовища, з елементами, скерованими на задоволення потреб реципієнта як представника приймаючого лінгвокультурного середовища” [2: 65].

Проте в даному разі, маючи об’єктом дослідження суто кросовер-твори, необхідно поставити запитання: чи завжди перекладацький проект такого типу матиме на меті досягнення компромісу між збереженням автентичності першотвору і задоволенням потреб цільових читачів перекладу (якщо цільова аудиторія планується як визначена вікова група)? Чи взагалі можливий фактичний компроміс між двома культурами саме в перекладі?

Фактичність у даному разі слід розуміти як реальну здатність первинного адресата перекладу в культурі-реципієнті розпізнавати перекладацьке втручання в процес культурного трансферу. Л. Венуті описував один аспект цього питання як “одомашнення, кероване популярною естетикою”, у випадку, коли мета полягає у створенні “надзвичайної невимушеності, яка спонукала б до читацької участі в реалістичній ілюзії наративу”, вписуючи в інокультурний текст вітчизняні коди та ідеології. Такі кроки, за спостереженнями Л. Венуті, сприяють легкій читабельності твору, яка викликає учасницьку реакцію. У такому випадку, усунення культурних маркерів, введення домашніх ідеологій та кодів може залишатися невидимим для читачів перекладу [13: 142-147].

Модельовання ситуації перекладу як прописування параметрів для перекладацького проекту не в жодному разі не зобов’язує перекладача працювати відповідно до вимог популярної естетики, яка “ставить інформативну функцію будь-якого тексту вище за виторчене поцінування формальних елементів, як, наприклад, перекладацький дискурс” [13: 147]. Проте, все ще існує упередження стосовно того, що в перекладі потрібно передати все, якомога більше, дорівнятися до оригіналу за інформаційною навантаженістю, що в принципі неможливо. Тому чи справді “невиправдане вилучення іншомовних реалій з перекладів або заміна їх на українські реалії збіднює комунікативний потенціал твору” [2: 137-138]?

Якщо категорія “невиправданості” змінюється залежно від сучасного простору існування передбачуваного перекладного твору, тоді поняття “вилучення” й “заміни” виконують мають виконувати функцію модифікації “комунікативного потенціалу твору”. У такому разі ми впритул підходимо до раціональності створення множинних/повторних перекладів, серед основних факторів появи яких О. Ребрій називає творче змагання перекладацьких особистостей та конкуренцію видавництв-замовників перекладів [2: 258].

Зрештою “синтез елітних і популярних інтересів” [13: 156] не обов’язково означає компроміс. Перекладачка Наталя Трохим відзначає, що “читання ж перекладних текстів має свою специфіку – твір “з других рук” не може сприйматись як оригінал” [4: 7]. Отож, із таких позицій у перекладацький проект задалегідь закладається неможливість встановлення рівнозначних відносин між першотвором і перекладом з боку впливу на аудиторію. Зважаючи на це, можна стверджувати, що культурний імпорт цінностей не

передбачає “збіднення”, в даному разі йдеться про можливе альтернативне “ціннісне насичення” твору. Тут, як писав Л. Венуті, перекладання не може бути просто спілкуванням між рівними, тому що воно в основі своїй – етноцентричне [13: 11].

Звертаючись до факту зростання гетерогенної читацької аудиторії, дослідник виокремлює проблему популярної естетики та елітних способів поцінування художнього твору. Ним поставлене питання того, чи може фрагментація читацької аудиторії сприяти змінам у режимі одомашнення, що застосовується в сучасних видавничих практиках [13: 155-156]. На даний час важко говорити про художню літературу в цілому, однак у кросовер-творах фрагментація аудиторії закладається вже на етапі функціонування першотвору в країні його походження. Зважаючи на це, такі тексти мають потенціал для розширення варіативності перекладацьких стратегій, а відповідно, й способів використання культурного імпорту цінностей для вікової переорієнтації художнього твору.

За словами Елізабет А. Повінеллі, багато культурних форм набувають цінності завдяки своїй радикальній локальності й обмеженому ринку [10: X]. Такої думки дотримується й Емілі Ептер, спостерігаючи, що у “глобальному” ринку існують спеціалізовані нішові ринки, які сприяють появі нових модних віянь, розділяючи авторів за категоріями: “інтернаціональні”, “постколоніальні”, “мультикультурні”, “тулбільні” чи “меншини” [7: 2]. При цьому вона зауважує, що становлення перекладу як занадто позитивного фактору, може мати й негативні наслідки: все більше й більше керована ринком ситуація в індустрії культури, яка прихильно ставиться до творів мистецтва з високим рівнем перекладності [7: 11]. Проте дослідниця зауважує, що “для тих, хто схиляється до куди більш непростого задоволення тим, що можна назвати зонами неперекладності, твори з меншою часткою ринку приносять найбільше задоволення” [6: 91].

Як підсумовує Л. Венуті, загальноприйнятою вважається точка зору стосовно основної функції перекладу як “асиміляції, введення в зарубіжний текст домашньої зрозумілості та інтересів”. Однак сам перекладознавець стверджує, що “гарний переклад прояснює: він демонструє своєю власною мовою чужорідність зарубіжного тексту [13: 11].

За його словами, сприяти культурним нововведенням і розумінню культурних відмінностей – мета нетипового перекладу (minoritizing translation). Стратегії, розроблені в нетиповому перекладі, залежать головним чином від перекладачевого тлумачення зарубіжного тексту. А таке тлумачення завжди спрямоване в двох напрямках, оскільки воно водночас враховує суто літературні якості такого тексту і при цьому обмежується оцінкою вітчизняного читача, на якого націлюється перекладач, відчуттям їхніх очікувань і знанням, наприклад, лінгвістичних форм, літературних традицій, культурних алюзій [13: 11-16].

Звичайно ж, за типовим сценарієм, перекладач працює в асиметричних стосунках, завжди більшою мірою співпрацюючи з рідною ніж із зарубіжною культурою. На практиці факт перекладу стирається шляхом усунення мовних і культурних відмінностей зарубіжного тексту та його пристосування до панівних цінностей у цільовій культурі, що робить текст невпізнаваним, а тому позірно неперекладеним [13: 22-31].

Однак, за спостереженнями Майкла Норта, насправді дуже важко уявити країну, яка б надавала письменникам аудиторію, здатну на найгірше розуміння; навіть письменник із зовсім невеликою місцевою аудиторією часто наштовкується на нерозуміння, навіть на незгоду [9: 109].

Показовою в такому контексті є позиція Л. Венуті стосовно перекладацької етики, яка передбачає, що “переклади потрібно створювати, читати й оцінювати з більшою повагою до мовних і культурних відмінностей. Зрозуміло, що перекладацька етика не може бути обмежена поняттям вірності. Не тільки переклад полягає в інтерпретації зарубіжного тексту, змінюючись залежно від культурних ситуацій в різні історичні моменти, а й канони точності формуються й застосовуються у вітчизняній культурі, а тому в основі своїй вони – етноцентричні, незважаючи на те, наскільки вони виявляються позірно вірними або ж правильними з погляду мови. Переклад, що має на меті обмежити свій етноцентризм, не обов’язково ризикує стати незрозумілим і культурно маргінальним” [13: 6, 82-87].

Тож на питання Шеррі Саймон про те, повинні перекладачі працювати лише з “симпатичними”, а не “антагоністичними” текстами? [12: 30], можна дати ствердну відповідь. Адже сама природа перекладацького проекту передбачає роботу з “антагоністичним елементом”, який у кросовер-текстах ускладнюється ще й потенційною невизначеністю цільової аудиторії.

“Антагоністичне” в тексті може стати об’єктом культурного трансферу, перетворюючись у процесі перекладу на аспект привабливості тексту, перетворюючи його на носій нових культурних віянь (імпорт чужорідних цінностей у домашню культуру) або ж на засіб їх нейтралізації (імпорт вітчизняних цінностей у зарубіжний текст). Ш. Саймон також застерігає про те, що ідеал невимушеності, негайності й прозорості тексту створює в перекладі відверто хибне припущення про легкий доступ до тексту [12: 108].

Глобалізація культури, як підсумовує Ш. Саймон, означає, що сфери знань, де ми живемо, збирають ідеї та стилі різного походження, що транснаціональна комунікація та часті міграції перетворюють кожен культурну сферу на перехрестя й на місце зустрічі [12: 134].

Присутність розмаїтих посилань, так само як і словників багатьох різних спільнот вказують на зростання важливості “перекладацьких ефектів” як складника сучасної художньої літератури. Ці ефекти – результат незавершеності/неповноти перекладу. У такій зустрічі з неспівмірними ідіомами значення не може бути негайним. Мова стає частково складною для розуміння, лише пропонуючи потенційне значення. Культурний трансфер відбувається з *часткових* (а не універсальних) перспектив, з культурних *позицій*, що постійно еволюціонують [12: 164-166].

Розгляньмо варіанти культурного імпорту цінностей на прикладі роману Салмана Рушді “Гарун і Море Оповідок” у перекладі Тараса Бойка.

1. *“My holdall!” yelled a mud-woman. “Crazy buffalo! Looney tune! Desist from your speeding, or my possessions will be thrown to Kingdom Come [11: 36]!” // Моя валіза! – пенетувала замурзана жінка. – Ти що, сказився, чи що? Навіжений! Припини гонити, бо всі мої пожитки підуть котові під хвіст* [3: 21]!

Виділимо такі культурні маркери: “looney tune”, “crazy buffalo”, “thrown to Kingdom come”. В українському тексті бачимо: “навіжений”, односкладне іменне речення передане простим двоскладним, англійський фразеологізм біблійного походження – українською приказкою. У даному разі простежується чітка стратегія одомашнення – елементи української культури вводяться в текст. Стверджувати, що така стратегія помилкова – неправильно. Це один зі способів реалізації потенціалу англійського тексту в українському середовищі. Що було закладено автором у першотвір? В такому разі найбільш показовим є вислів “looney tune” на позначення “божевільний, такий, що з’їхав з глузду”,

що походить від назви анімаційних короткометражок “Looney Tunes” (“Веселі/Божевільні мелодії”) (1930-1969) від Warner Bros. Цим висловом також називали персонажів цих мультфільмів. Як одиничний випадок вищенаведений варіант перекладу не можна назвати таким, що позначений втратами інокультурного колориту.

Однак звернімося до наступного прикладу:

2. *GRAND COMPTROLLER OF PROCESSES TOO COMPLICATED TO EXPLAIN. I.M.D. WALRUS, ESQUIRE. KNOCK AND WAIT* [11: 199]. // *Верховний контролер процесів, / Надто складних для пояснення. / Морж, есквайр. / Стукайте і чекайте* [3: 141].

Тут бачимо вилучення в перекладі “загадкової” абрєвіатури “I.M.D.” Сама по собі вона нічого не означає, але якщо ми поглинемо на все речення – “I.M.D. Walrus”, а точніше, прочитаємо його, то виявиться, що це фраза-омофон назви відомої пісні групи “the Beatles” “I Am the Walrus” (1967). Знов ж таки, зауваження до першого прикладу справджуються і для даного уривка.

Для кращого занурення в ситуацію-в-тексті звернімося до ще одного подібного прикладу:

3. *Gogogol, 'he gurgled. 'Kafka, 'he coughed* [11: 129]. // *‘Гоголь, – зателотів він. – Кахикахикахи, – закашляв він* [3: 88].

У цьому випадку спостерігаємо прозоре цитування імен письменників М. Гоголя і Ф. Кафки також із використанням омонімії, а саме звуконаслідування й омофонії. У перекладі бачимо фрагментацію авторської стратегії: перше слово передано у спосіб, ідентичний до авторського, проте друге псевдозвуконаслідування перекладач відтворює усталеним українським, на відміну від першого, який можна вважати авторським новотвором. Зважаючи на це, складається враження, що перекладач або не ідентифікував, або не мав на меті передати вищезгадані алюзії.

Бачимо, що поодинокі розглянуті в прикладах 1-3 алюзії не несуть смислового навантаження як такого. Проте насиченість оригінального тексту Русдї такими культурними маркерами засвідчує авторський стиль, вибудований автором інтертекст із фрагментів світової культури. В перекладі ця риса тексту втрачається.

Проте питання в іншому: чи необхідним було її збереження в даному перекладацькому проєкті? Показовою в такій ситуації виявляється позиція письменниці Марізі Конде. В інтерв’ю на питання: “наскільки перекладною є ваша робота?” вона відповіла: “Написання художніх творів – це не тільки створення змісту, воно – у звуках, у ритмах. У перекладі гра мов руйнується. Звичайно ж, я визнаю, що мої твори мають бути перекладені, але вони – не я. Для мене лише оригінал справді має значення. Дехто каже, що переклад збагачує оригінал. Але для мене це вже інший твір, можливо й цікавий, але дуже далекий від оригіналу” [6: 92].

В українському виданні “Гарун і Море Оповідок” позиціонується як казкова повість, і в книгарнях цей твір знаходиться в розділі дитячої літератури, хоча в англомовному середовищі ця книга сприймається і як дитяча, і як доросла – тобто типовий кросовер. Якщо доцільність вписування вищезгаданих алюзій у дитячий текст викликає сумніви, то проєкт створення перекладу цього роману для дорослої української аудиторії може вимагати прямо протилежної стратегії: послідовного перенесення інокультурних маркерів до українського тексту. Така стратегія була б типовим прикладом того, що Лінда Хатчен у своїх дослідженнях описує як “один із способів набуття авторитету або ж збільшення

культурного капіталу адаптації”, що полягає у її “всхідній мобільності” [8: 91]. Дослідниця має на увазі використання явищ “високої культури” для створення успішної адаптації твору. Проте остаточне рішення щодо використання такої стратегії залежить від ситуації перекладу, зокрема від цільової аудиторії та її готовності сприймати запропонований художній твір саме в такій формі.

Культурний імпорт цінностей може проявлятися й на рівні не тільки перекладацьких стратегій, а й суто способів перекладу. Проаналізуємо переклад двох власних назв: *the Roc of Sindbad the Sailor* [11: 51] – *велетенський птах Рух Синдбада Мореплавця* [3: 31] та *the Whale That Swallowed Men* [11: 51] – *Кит, що ковтав людей* [3: 31]. Бачимо, що в першому випадку перекладач вдається до пояснення, а в другому відтворює спосіб написання англійської назви, хоча для української мови він не характерний. Адже повнозначні слова у власних назвах в українській мові зазвичай пишуться з малої, як, наприклад імена деяких героїв “Лісової пісні” Лесі Українки: “*Той, що греблі рве*”(.), “*Той, що в скалі сидить*”(.)) [5: 5], узяті зі спису діячів. Вони подаються як речення з крапкою в кінці, а в пролозі вживаються в лапках: *З лісу вибіг “Той, що греблі рве” – молодий, дуже білявий, синьоокий* [5: 6]. У такий спосіб можна було б відтворити другу наведену назву казкової істоти – “*Кит, що ковтав людей*” (у лапках).

До того ж, імпорт цінностей може відбуватися не лише безпосередньо з тексту в текст, а й із ситуації в текст. Як, наприклад, у виданні “Аліси в Країні Див” Льюїса Керрала видавництва “А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА”, де використані вірші в перекладі Миколи Лукаша й передмова Оксани Забужко [1: 4-9]. Обоє – відомі постаті в українському культурному просторі: майстер перекладу й популярна сучасна письменниця. Таким чином, книга як результат перекладацького проекту додатково насичується українськими цінностями, пов’язаними з роллю цих діячів, і сама збільшує свою цінність завдяки їм.

Тут, як відзначає Л. Хатчен, при переході до іншої культури адаптації позначаються змінами, які несуть важливу інформацію про ширший контекст сприйняття і створення. Щоб досягти успіху на світовому або ж навіть на якомусь конкретному ринку, в процесі адаптації може виникнути потреба у зміні культурних, регіональних чи історичних особливостей тексту [8: 28-30].

Л. Хатчен проводить цікаву паралель: “*Інкони, культурна адаптація, як і біологічна, передбачає міграцію до сприятливих умов: історії потрапляють в інші культури, змінюються способи їх передачі*” [8: 31].

Тому можемо зробити висновок про те, що культурний імпорт цінностей як стратегія має на меті забезпечити читачку зацікавленість у перекладному творі. Така стратегія дозволяє як задовольняти читачькі очікування, так і йти наперекір стереотипам запланованої аудиторії, що дає змогу пристосовувати його для молодших/дорослих читачів залежно від цілей перекладацького проекту. Комерційна ефективність художнього твору також відіграє важливу роль в умовах сьогодення, тому введення в художній твір нових або ж увиразнення чи усунення оригінальних культурних маркерів дозволяє пристосовувати твір до вимог вітчизняного соціокультурного середовища, а отже й книжкового ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Керрол Льюїс. Аліса в Країні Див. Аліса в Задзеркаллі / Л. Керрол / Пер. З англ. В. Корнієнка за ред. І Малковича. – К. : А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА, 2007. – 264 с.

2. Ребрій О. В. Сучасні концепції творчості у перекладі : монографія / О. В. Ребрій. – Х. : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2012. – 376 с.
3. Рушді Салман. Гарун і море оповідок: казк. Повість / С. Рушді ; з англ. пер. Т. Бойко. – К. : Вид-во Жупанського, 2012. – 153 с.
4. Рушді Салман. Опівнічні діти / Пер. з англ. Н. Трохим / С. Рушді. – К. : Юніверс, 2007. – 704 с.
5. Українка Леся. Лісова пісня: Драма-феєрія в 3-х діях / Леся Українка; Для ст. шк. Віку / [Післяслово Я. П. Гояна]; Худож. С. П. Караффа-Корбут. – К. : Веселка, 2007. – 175 с.
6. Apter, Emily. Crossover Texts / Creole Tongues: A Conversation with Maryse Condé / E. Apter // Translation in a Global Market / Public Culture / Society for Transnational Cultural Studies ; [Ed. by E. Apter]. – Durham : Duke University Press, 2001. – Volume 13, No. 1. – P. 89–96.
7. Apter, Emily. On Translation in a Global Market / E. Apter // Translation in a Global Market / Public Culture / Society for Transnational Cultural Studies ; [Ed. by E. Apter]. – Durham : Duke University Press, 2001. – Volume 13, No. 1. – P. 1–12.
8. Hutcheon, Linda ; O'Flynn, Shoibhan. A Theory of Adaptation / 2nd ed. / L. Hutcheon, S. O'Flynn. – London and New York :Routledge, 2013. – 274 p.
9. North, Michael. Ken Saro-Wiwa's Sozaboy : The politics of "Rotten English" / M. North // Translation in a Global Market / Public Culture / Society for Transnational Cultural Studies ; [Ed. by E. Apter]. – Durham : Duke University Press, 2001. – Volume 13, No. 1. – P. 97–112.
10. Povinelli, Elizabeth A. Editor's Note / E. A. Povinelli // Translation in a Global Market / Public Culture / Society for Transnational Cultural Studies ; [Ed. by E. Apter]. – Durham : Duke University Press, 2001. – Volume 13, No. 1. – 166 (xiv) p.
11. Rushdie, Salman. Haroun and the Sea of Stories : a novel / S. Rushdie. – New York : Penguin Books, 2012. – 220 p.
12. Simon, Sherry. Gender in Translation: Cultural Identity and the Politics of Transmission / S. Simon. – London and New York : Routledge, 1996. – 196 (x) p.
13. Venuti, Lawrence. The Scandals of Translation: Towards an Ethics of Difference / L. Venuti. – London and New York : Routledge, 2013. – 210 (viii) p.

Стаття надійшла до редакції 13.08.14

М. Гриценко, аспірант

КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

КУЛЬТУРНЫЙ ИМПОРТ ЦЕННОСТЕЙ КАК СТРАТЕГИЯ ВОЗРАСТНОЙ ПЕРЕОРИЕНТАЦИИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ В ПЕРЕВОДЕ

Статья посвящена исследованию культурного импорта ценностей как средства изменения возрастной группы целевых читателей художественного произведения в переводе.

Ключевые слова: *кроссовер-литература, культурный импорт ценностей, целевая аудитория, адаптация, возрастная переориентация, культурный маркер.*

Grytsenko M., Post-graduate student

Taras Shevchenko national university of Kyiv, Kyiv

CULTURAL IMPORT OF VALUES AS A STRATEGY OF TARGETING A DIFFERENT AGE GROUP OF READERS IN TRANSLATION

The article focuses on the cultural import of values as a means of shifting age groups of target readers in translation of crossover fiction.

Key words: *crossover fiction, cultural import of values, target audience, adaptation, target age group shift, cultural marker.*

УДК 81'322'373=134.2

Ф.М. Волошин, бакалавр

КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ В РОМАНІ ХУЛІО КОРТАСАРА «ЧИТАНКА ДЛЯ МАНУЕЛЯ» З ПОГЛЯДУ ВТРАТ ТА КОМПЕНСАЦІЙ

У статті окреслено особливості компенсації втрат при перекладі фразеологізмів на матеріалі роману Хуліо Кортасара «Читанка для Мануеля». Розглянуто випадки стилістичної компенсації на рівні речення та на рівні тексту.

Ключові слова: *компенсація втрат, стилістична компенсація, семантична компенсація, компенсація на рівні тексту.*

Проблеми перекладу фразеологізмів завжди привертали до себе увагу, оскільки переклад фразеології становить для перекладача випробування навичок і знання рідної та іноземної мови. Також завдання перекладу ФО ускладнюється тим, що не для всіх мов наявні фразеологічні словники та перекладознавчі наробки, і тому розробка перекладу фразеологічних одиниць з іспанської на українську мову становить значний інтерес. Велику увагу в процесі перекладу ФО варто приділяти компенсації втрат при перекладі фразеологізмів, адже В. Влахов і С. Флорин наголошують, що не завжди можливо перекласти фразеологізм фразеологізмом[1], і тому, втрати є невід'ємною частиною процесу перекладу ФО. Як актуалізується процес компенсації втрат при перекладі фразеологізмів з іспанської на українську мову на матеріалі роману Хуліо Кортасара «Читанка для Мануеля» в перекладі П.В. Тарашука, ми проаналізуємо у нашій статті.

Метою статті є проаналізувати текст оригіналу та текст перекладу і визначити, яким чином в тексті перекладу компенсуються втрати при перекладі фразеологізмів та можливою мірою встановити чинники, що обумовлюють використання компенсацій.

Матеріалом дослідження є роман Хуліо Кортасара «Читанка для Мануеля» іспанською мовою та українською мовою в перекладі П.В. Тарашука.