

Білецька К. В.,

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, м. Тернопіль

ПРОБЛЕМА ВІДТВОРЕННЯ АЛЮЗІЇ У ПРОЦЕСІ ПЕРЕКЛАДУ МУЛЬТФІЛЬМІВ

У статті розглядається поняття алюзії як категорії інтертекстуальності та проблема відтворення алюзивних елементів при перекладі мультфільмів. Аналізується залежність розуміння вертикального контексту від арсеналу фонових знань. Пропонуються основні стратегії передачі алюзії з англійської мови на українську.

Ключові слова: фонові знання, пресупозиції, прецедентний текст, вертикальний контекст, інтертекстуальність, прагматична адаптація.

В статье рассматривается понятие аллюзии как категории интертекстуальности и проблема воспроизведения аллюзивных элементов при переводе мультфильмов. Анализируется зависимость понимания вертикального контекста от арсенала фоновых знаний. Предлагаются основные стратегии передачи аллюзии с английского языка на украинский.

Ключевые слова: фоновые знания, пресуппозиция, прецедентный текст, вертикальный контекст, интертекстуальность, прагматическая адаптация.

The article deals with the notion of allusion as a category of intertextuality and the problem of rendering allusive elements in the process of cartoons translation. The dependence of the understanding of implied information upon the amount of background knowledge is analyzed. Main strategies for translation of allusion from English into Ukrainian are suggested.

Key words: background knowledge, presupposition, precedent text, vertical context, intertextuality, pragmatic adaptation.

Кожен шедевр створюється у рамках певної культури, вбираючи національні теми і мотиви, опираючись на прецедентні тексти та культурні пресупозиції. Часто говорять, що все вже було сказано до нас, а нові тексти є лише іншим поєднанням усіх відомих сюжетних ліній та характерів. Це означає, що будь-який твір можна вважати певним відгуком на попередні. Таке явище отримало в літературознавстві назву інтертекстуальності, котра вбирає в себе цитати, ремінісценції та алюзії. Потреба пошуку шляхів передачі цих елементів зумовлює актуальність теми дослідження.

Проблемі збереження алюзії у перекладі присвячено праці Кам'янець А. Б., Копильної О. М., Денисової Г. В., Некряч Т. Є. та ін. Мета статті полягає у висвітленні проблеми збереження вертикального контексту та прагматичного задуму автора при відтворенні алюзій у перекладі з англійської на українську мову. Для цього поставлені наступні завдання: визначення місця алюзивних елементів у підтексті твору, пошук адекватних шляхів їх відтворення. Опис стратегій перекладу алюзій визначає новизну дослідження, яке здійснюється на матеріалі мультсеріалу «Сімпсони».

І. Арнольд вважає, що алюзія є включенням «іншого голосу» у тексті, коли автор наче дає слово ще одному автору, тобто спостерігається «зміна суб'єкта мовлення» [1, с. 37]. Ми розуміємо під поняттям «алюзія» вживання у тексті певного елемента, котрий виступає натяком на відомого персонажа, особистість чи феномен історичного, культурного, літературного характеру. Алюзія є стилістичною фігурою референційного характеру, що опирається на екстралінгвістичні пресупозиції мовця (автора) і слухача (читача), на історико-культурний компонент їх фонових знань [3 с. 187]. Елементи літературного, міфологічного, історичного чи політичного характеру, на які містить вказівку алюзія, носять назву «маркерів» або «репрезентів», а тексти або факти, на які вона натякає, — «денотатів» [3, с. 187]. Очевидно, що для існування алюзії необхідною умовою є наявність прецедентного тексту. Ним може виступати фрагмент з літературного твору чи публіцистичних текстів, уривків кінофільмів, віршів, рекламних роликів або рядків пісень, відомих носіям певної мови.

Перекладаючи текст з мови оригіналу, потрібно «уявляти» свого потенційного читача чи глядача та прогнозувати наявність у нього відповідних фонових знань, котрі пов'язані з більш широким поняттям імпліцитної інформації (тієї, котра «мається на увазі») [4, с. 40]. На нашу думку, для цього слід навчитись умовно поділяти розпізнані у тексті алюзії на дві категорії, які ми пропонуємо назвати національним та загальним тезаурусом. Останній з них є ширшим та охоплює знання переважно релігійних, міфологічних феноменів та інших поширених фактів, з котрими ознайомлені представники різних національностей; у межах національного тезаурусу виділяються також особисті тезауруси, повнота яких залежить від виховання, освіти та рівня всебічного розвитку особистості. Звісно ж, бажаючи створити якісний доступний переклад неможливо орієнтуватись на окремих представників тієї чи іншої культури, натомість варто спробувати знайти точку перетину їх знань і адаптувати інтерпретацію тексту до середньостатистичного глядача.

Р. Леппігальме стверджує, що у процесі аналізу тексту перекладач повинен розмежовувати два поняття: конотацію та асоціацію, оскільки перше з них можна вважати колективним та більш постійним, тоді як друге є явищем суб'єктивним та змінним [6, с. 33]. Тому перекладачеві доцільніше орієнтуватись на стандартні конотації у контексті відповідної культури, оскільки асоціації кожного реципієнта передбачити практично неможливо. Алюзія може бути представлена однією лексемою, або ж входить до складу цитати, котра виступає в цьому випадку не як відкрите посилання чи експліцитна передача повідомлення з іншого джерела, а як певним чином модифіковане імпліцитне повідомлення. Першочергове завдання перекладача ми вбачаємо у збереженні вертикального контексту, тобто недопустимості винесення алюзії на горизонтальний пласт, оскільки при такому способі передачі руйнується радість читача від мовної здогадки. Копильна О. М. вважає, що суть

вертикального контексту – в інтеграції неявного потенційного смислу на основі асоціативної семантики мовних одиниць, що складають текст [7, с. 130]. Вертикальний контекст існує завдяки багатому асоціативному потенціалу алюзій і залежить від особистого тезауруса людини, котра цей текст створила, та людини, котра його сприймає. Явище імпліцитності загалом опирається на екстралінгвальні пресупозиції комунікантів, а алюзія уможливує ведення непрямого діалогу між автором та реципієнтом, яким є перекладач або читач (глядач). При цьому, у системі «автор – перекладач – читач (глядач)» другий може або зберегти інтенцію першого, або при відтворенні певним чином її модифікувати, тому розуміння повідомлення третім залежить не стільки від творця тексту оригіналу, як від творця його перекладу. Якщо авторська інтенція полягає у закодуванні певного об'єму інформації, поміщенні його в імпліцитний пласт, то для досягнення прагматичного ефекту доцільніше не зміщувати цю інформацію в експліцитне, а дозволити кінцевому реципієнту (маємо на увазі глядача) застосувати свій тезаурус фонових знань та спробувати розв'язати головоломку автора, отримавши емоційне задоволення від алюзивної гри. Для трактування авторської алюзії перекладачеві, а згодом і реципієнтові, слід пройти декілька стадій: 1) виявлення алюзії в тексті; 2) співвіднесення її з відповідним джерелом; 3) визначення її функції в повідомленні: інформативна, стилістична, апелятивна чи ін.; 4) пошук адекватного відповідника у цільовій мові [8, с. 210].

Постає цілком природне питання: як впізнати алюзію у тексті? Усе залежить від того, наскільки неявною, прихованою зробив її автор. Інколи вона лише відчувається у тексті як чужорідне вкраплення, але в багатьох випадках алюзії виділяються графічно: за допомогою лапок, курсиву, або ж експлікуються (у межах тексту чи виносках). Звісно ж, коли мова йде про книги, за потреби можна здійснити настільки широкі пояснення та уточнення, як цього вимагає ситуація, цільова аудиторія та складність тексту. Проте, у нашому випадку лінійне розширення структури повідомлення абсолютно недопустиме, оскільки довжина реплік персонажів англійського варіанту повинна співпадати з українським. Це унеможливує не лише уточнення, але й збільшення кількості складів алюзивних елементів, та накладає певні обмеження на відбір приголосних чи голосних звуків у випадку дублювання, що вважається найбільш вдалою стратегією перекладу мультфільмів [12]. Така проблема може виникнути навіть при відтворенні алюзивних власних імен, закріплених традицією перекладу. Наприклад, «Snow White – Білосніжка», «Cinderella – Попелюшка», «Beast – Чудовисько», (перший приголосний звук англійського слова губний, а українського – передньоязиковий чи навпаки, кількість складів різна, що призводить до розходження артикуляції героїв з українським перекладом їх реплік). Отже, перекладач постає перед низкою проблем: 1) декодувати закладену автором алюзію; 2) знайти спосіб її адекватного відтворення мовою перекладу; 3) не вийти за межі реплік та зберегти фонетичні особливості. Очевидно, що це вдається далеко не завжди, а тому певною частиною цих вимог доводиться нехтувати заради досягнення прагматичного ефекту та збереження функції алюзивних елементів, яка в мультфільмах найчастіше полягає у створенні гумористичного ефекту, порівнянні чи протиставленні рис персонажа з характеристиками певного героя прецедентного тексту, апеляції до того чи іншого культурного феномена:

I hate to let you down, Casanova... – Вибачте, що ображаю Вас, Казанова...; She was a real Cinderella. – Вона – справжня Попелюшка; The sword of Damocles is dangling just above his head. – Дамоклів меч вже давно занесено у нього над головою; It was a work of Machiavellian art. – Це був витвір тонкого маківеалізму.

Повідомлення повинне здійснювати на реципієнта певний прагматичний вплив, тому варто згадати головне правило скопос-теорії: переклад залежить від цілей [9, с. 60-61]. У цьому відношенні успішність перекладу визначається ступенем досягнення різних скопосів (цілей), вмінням визначити ієрархію їх важливості та зуміти зберегти ключове, знехтувавши другорядним. Перекладач має право визначати ступінь трансформації кожної алюзії і вирішувати, чи необхідна адаптація тексту до цільової мови й культури. Існує два варіанти: залишити алюзію незмінною, сподіваючись, що реципієнт її декодує, або ж замінити алюзивний елемент адекватним відповідником мови перекладу. Перший варіант «одчужує» текст, зберігає дистанцію між культурами і, на думку Ф. Шлейєрмахера, «запрошує адресата вирушити в іншу культуру, збагнути її» [5, с. 222]. Другий спосіб допомагає значно наблизити тексти, «одомашнити» їх. У. Еко вважає таку стратегію більш вдалою, оскільки вона здатна донести до читача семіотичний універсум тексту [12, с. 121].

Проте, немає єдиного рецепту відтворення алюзивних імен та цитат. При аналізі кожного окремого елемента перекладач повинен опиратись на його значимість, функцію та відомість, і, виходячи з цих критеріїв, обирати форенізацію (одчуження) чи доместикацію (одомашнення). Варто пам'ятати, що різні культури мають свої узуси і не однаково сприймають навіть загальновідому інформацію. Тому гумор у мультфільмах слід передавати із урахуванням специфіки менталітету народу та потенційного впливу на психоемоційний стан глядачів.

Мультсеріал «Сімпсони» вимагає ерудованого реципієнта, ознайомленого з різними аспектами життя США, оскільки всю стрічку можна вважати наскрізною алюзією та сатирою на американський устрій. При дослідженні перекладу мультсеріалу ми виявили наступні способи відтворення алюзій:

1) транскодування імен загальної відомості:
– *Enough of that Maharishi Gandhi stuff. – Досить з нас цього Магаріші Ганді; You're as pretty as Princess Leia and as smart as Yoda. – Ти вродливіша за принцесу Лею і розумніша за Йоду;*

2) семантичне калькування біблійних та міфологічних виразів:
– *I want you to welcome our prodigal son. – Прошу привітати нашого блудного сина; It is my Achilles' heel. – Моя Ахіллесова п'ята; But this man has turned every cheek on his body. – Але він завжди підставляє іншу щоку;*

3) генералізація та конкретизація:
– *I'm not saying Jezebel's easy... – Я не кажу, що всі жінки погані... (Jezebel – дружина біблійного царя Ахава, символ безчестя); It seems like our house? But everything's got a creepy Pat Boone-ish quality to it. – Усе ніби таке, як у нас, але з нальотом релігійного фанатизму.*

Зустрічаються і випадки конкретизації, при яких алюзія з'являється в українському перекладі: *A turkey is a bad person. – Редиска – погана людина; I'm going to get rich. – Я стану Рокфеллером;*

4) відтворення за допомогою функціонального аналога при перекладі імен обмеженої відомості:

– *I say we call Medlock. – Треба викликати Шерлока Холмса* (герой американського серіалу *Medlock* на-вряд чи відомий українському глядачеві); *Nancy Drew says that all you need to solve a mystery is an inquisitive temperament and two good friends. – Дар'я Донцова пише, що вбивства розкривають люди з допитливим розумом і двома друзями* (*Nancy Drew* – дівчинка-детектив з популярних книг, проте її ім'я «не говорить» до наших глядачів).

Р. Леппігалме наголошує насамперед на правильній інтерпретації алюзії перекладачем; науковець вважає, що перекладачі часто надуживають «стратегією мінімальної зміни», тобто перекладають алюзії майже дослівно без аналізу їх впізнаваності в культурі реципієнтів, тоді текст перекладу містить «культурні казуси», котрі спотворюють авторську інтенцію [6, с. 34].

Особливі труднощі при декодуванні імпліцитної інформації виникають при перекладі алюзивних імен та алюзивних цитат, які подані не у первинному, а в модифікованому (перифразованому) вигляді, а тому перекладачеві не завжди вдається зберегти алюзивність: *Gabbo is coming. Five days till Gabbo. Gabbo here today. – Габбо іде. П'ять днів до Габбо. Габбо прийде сьогодні.* (алюзія на «Чекаючи на Годо» – «Waiting for Goddot»);

Something is rotten at the Simpson's house. – У родини Сімпсонів великі проблеми (алюзія на «Гамлет» – «Something is Rotten in the State of Denmark»).

Посилання на відомі твори може будуватись на фонетичній схожості, що здатна виступати засобом творення гумористичного ефекту: *Much Adu about Nothing. – Any – нелегальний іммігрант* (алюзія на комедію «Багато галасу з нічого» – «Much Adu about Nothing»); *The Crepes of Wrath – Грона гніву.* (Перекладач не зміг зберегти гри слів «grapes – crepes», тому виніс назву книги Дж. Стейнбека на експліцитний рівень. Ми вважаємо у цьому випадку доцільнішим використання схожості пари слів (н-д, «груна – лимони»).

Із проведеного нами аналізу стає очевидним, що у процесі перекладу мультфільмів першочерговим завданням виступає збереження прагматичного ефекту. Відтворення гумору та емоційного впливу на глядача не завжди можливе без адаптації оригінального тексту до цільової культури. Попри всі труднощі, які виникають у процесі передачі алюзій, необхідно намагатись максимально зберегти об'єм екстралінгвальної інформації та шукати оптимальних рішень актуалізації авторської імплікації. Стратегії та способи відтворення алюзій є ситуативними і не можуть визначатись як загальні, оскільки автор тексту модифікує їх для створення підтексту. Вибір шляхів відтворення інтертекстуальних елементів залежить передусім від типу тексту, який потрібно інтерпретувати, прагматичного ефекту та ступеня відомості імпліцитної інформації. Перекладачам потрібно розвивати алюзивну компетентність та досліджувати вертикальний контекст на рівні із горизонтальним.

Перспективи використання результатів дослідження вбачаємо у подальших пошуках можливих стратегій відтворення присутніх у мультфільмах інтертекстуальних елементів засобами іншої мови.

Література:

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка / И. В. Арнольд. – М. : Флинт, 2002. – 384 с.
2. Бабич В. М. Лінгвокраїнознавча інтерпретація англomовного тексту / В. М. Бабич. – К. : Либідь, 1990. – 156 с.
3. Бурковська Л. Д. Проблеми перекладу стилістичного прийому алюзії / Л. Д. Бурковська // Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка. Філологічні науки. – 2008. – № 39. – С. 187-190.
4. Виноградов В. С. Перевод. Общие и лексические вопросы: Учебное пособие / В. С. Виноградов. – 3-е из. – М. : КДУ, 2006. – 240 с.
5. Денисова Г. В. В мире интертекста: язык, память, перевод / Г. В. Денисова. – М. : Азбуковник, 2003. – 298 с.
6. Кам'янець А. Б. Інтертекстуальна іронія і переклад: Монографія / А. Б. Кам'янець, Т. Є. Некряч – К. : Видавць Карпенко В.М., 2010 р. –176 с.
7. Копильна О. М. Вертикальний контекст і переклад / О. М. Копильна // Проблеми семантики слова, речення та тексту: [Зб. наук. пр. / ред. Н. М. Корбозерова]. – Київ. Нац. лінгв. ун-т. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2009. – С. 129-137.
8. Копильна О. М. Алюзія як перекладознавча проблема / О. М. Копильна // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики: [Зб. наук. пр. / ред. Н. М. Корбозерова]. – Київ. нац. ун-т. імені Т. Шевченка. – К. : Логос, 2007. – Вип. 12. – С. 209-213.
9. Овсянникова Е. В. Скопо-теория Ганса Вермеера // Е. В. Овсянникова: Матеріали V Міжвузівської конференції молодих учених (29 – 31 січня 2007 р.). – Донецьк: ДонНУ, 2007. – С. 60-61,
10. Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г. Г. Слышкин. – М. : Academia, 2000. – 128 с.
11. Bloomsbury Dictionary of Phrase and Allusion / Ed. By N. Rees. – L.: Bloomsbury Publishing Limited, 1991. – 358 p.
12. Eco U. Mouse or Rat? Translation as Negotiation / U. Eco. – L.: Weidenfeld & Nicolson, 2003. – 200 p.
13. Paquin R. Translator, adapter, screenwriter, translating for the audiovisual / R. Paquin // Translation Journal. – Режим доступу : <http://accurapid.com/journal/05dubb.htm> – 2013. – Feb, 7.
14. The Simpsons Archive. Режим доступу : <http://www.snpp.com/episodes.html> – 2012. – Jan, 17.