

Рябчук О. В.

Поліський національний університет

Шмідт Д. П.

Поліський національний університет

ВЛАСНІ НАЗВИ ЯК ЛЕКСИЧНИЙ МАРКЕР СТРАТЕГІЙ ДОМЕСТИКАЦІЇ ТА ФОРЕНІЗАЦІЇ

Термін "стратегія перекладу" не отримав однозначного визначення в науці про переклад. Дослідники розуміють під стратегією або метод виконання перекладу, або план дії, або завдання, які ставить перед собою перекладач під час здійснення перекладу. У статті розглядається питання стосовно необхідності збереження під час перекладу власних назв культурних цінностей оригіналу або адаптування тексту перекладу до цінностей приймаючої культури. Стаття присвячена огляду та дослідженню двох культурно-орієнтованих стратегій перекладу – доместикації та форенізації. Також в даній статті представлено аналіз сучасних тенденцій під час перекладу власних назв в кінофільмах з використанням таких стратегій перекладу, як доместикація та форенізація. Стратегія «форенізації» у процесі перекладу власних назв реалізується за допомогою різних перекладацьких прийомів, в основі яких лежить збереження назви. На відміну від форенізації, стратегія «доместикації» полягає у збереженні в тексті перекладу конотацій та культурних алузій та адаптації культурної реальності до контексту приймаючої культури. Прийняттю рішення про вибір прийому перекладу передують два процеси: уважне читання та інтерпретація вихідного тексту. У статті описані прийоми перекладу, які орієнтовані на нормативні вимоги приймаючої культури. Стратегія перекладача визначається когнітивним аналізом тексту. Процес сприйняття твору відбувається у вигляді ланцюжка з великої кількості операцій декодування окремих компонентів тексту. Переклад власних назв, що у художньому тексті виконують функцію алузії на культурну реальність, вимагає інших прийомів, ніж у разі виконання ними тільки номінативної функції. Використання традиційних для перекладу власних назв прийомів транскрипції та транслітерації ефективно під час перекладу власних назв у функції алузій, тільки якщо останні добре відомі поза національно-культурним контекстом. Збереження власної назви у варіанті перекладу передає алузію на відомі ситуації в певних країнах, в такому випадку вербалізація найменування реальності супроводжується фізичним чином цієї реальності.

Ключові слова: стратегія перекладу, форенізація, доместикація, власні назви, переклад, перекладацькі прийоми.

Постановка проблеми. Переклад власних назв заслуговує на особливу увагу зважаючи на певні труднощі, оскільки нині розвиток міжнародних відносин набирає обертів, і як наслідок, в словниковому складі української мови з'являються нові назви та імена. В даній статті представлено дослідження проблем, з якими мають справу фахівці, та аналіз сучасних тенденцій під час перекладу власних назв в кінофільмах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Першим, хто дослідив та ввів такі терміни як форенізація та доместикація в теорію перекладу був Лоуренс Венуті. Він розглядає питання, наскільки переклад є інструментом асиміляції та розчинення тексту в мові та культурі, яка є приймаючою, та наскільки повідомляє про очуження

тексту. Також великий вклад в розвиток даних стратегій зробив Фрідріх Шлейермахер. У лекції «Про різні методи перекладу» (нім. *Über die verschiedenen Methoden des Übersetzens*), яка була прочитана 24 червня 1813 на засіданні Королівської академії наук у Берліні, він протиставляє два типи перекладу. Він наголошував, що слідувати можна тільки одній зі стратегій, всіяко уникаючи їх змішування, інакше результат може виявитися плачевним: письменник і читач можуть взагалі не порозумітися [12, с. 220]. Серед вітчизняних науковців, які займалися вивченням даних стратегій можна виділити І. А. Самохіна, С. Снігур, Л. В. Андрейко, В. Подміногіна, А. Якимчука.

Постановка завдання. Мета статті – виявити закономірності застосування стратегій домести-

кації та форе́нізації під час перекладу власних назв з англійської на українську мову.

Виклад основного матеріалу. Інтерпретація вектора діяльності перекладача переформується з ідеями німецького вченого Ф. Шлейермахера про дві тенденції: «привести автора до читача», тобто зробити його максимально зрозумілим для реципієнта, знявши всі мовні та смислові труднощі, або «привести читача до автора» [11, с. 19–20], тобто максимально зберегти авторську оригінальність на рівні мови, стилю, змісту та змусити читача сприймати текст оригіналу у його вихідній формі.

Щодо культурних реалій перекладачі дотримуються двох основних стратегій перекладу: збереження «чужого» елемента в тексті перекладу, порушуючи норми приймаючої культури та мови [6] («форе́нізація») або мінімізація «чужого» у тексті перекладу, що зводиться до опущення чи заміщення «чужих» елементів у тексті перекладу («доместикація») (у термінології Лоуренса Венуті) [10]. Кожна зі стратегій реалізується на практиці у вигляді певних перекладацьких прийомів.

Стратегія «форе́нізації» у процесі перекладу власних назв (включаючи ті, які виконують у тексті функцію культурної алюзії) реалізується за допомогою різних перекладацьких прийомів, в основі яких лежить збереження назви: 1) перенесення його в оригінальній іншомовній формі (екзотизм) до тексту перекладу; 2) передача форми назви (транслітерація/транскрипція) [3, с. 29] 3) збереження власної назви з певним супроводом (лексичним розширенням) або 4) з «детальним поясненням, наприклад, у вигляді виноски»; 5) заміна вихідної назви іншою назвою мовою оригіналу [4, с. 79].

Прийом збереження форми вихідної власної назви в тексті перекладу ефективний в випадках, коли назване явище добре відоме і за межами національної культури оригіналу тексту. У сцені розмови зі своєю сестрою перед її вінчанням головна героїня говорить про своє вбрання: – *I look like an over-the-hill Barbie doll.* (1. Я виглядаю, як Барбі на пенсії. 2. Я схожа в ньому на ляльку Барбі). В обох варіантах перекладу використано прийом транслітерації.

Стратегія «доместикації» полягає у збереженні в тексті перекладу конотацій та культурних алюзій та адаптації культурної реалії до контексту приймаючої культури. Для досягнення цих прагматичних цілей перекладачі застосовують «культурну трансплантацію». Прийом «заміни назв мовою оригіналу назвами мови перекладу, які є буквральними еквівалентами перших, але мають схожі культурні конотації» [3, с. 29]

та прийом опущення власної назви з наступною передачею смислових компонентів іншими засобами [4, с. 79].

Власні назви, що позначають культурні реалії, знаходять значні конотації і імпліцитні сенси, які мають викликати у реципієнта певні когнітивні асоціації та психоемоційні реакції. Складна внутрішня структура одиниці перекладу вимагає дуже продуманого перекладацького рішення щодо прийомів її передачі. В іншому випадку в процесі сприйняття твору, як ланцюжок великої кількості операцій декодування окремих компонентів тексту, виникає обрив, а у свідомості реципієнта – лакуна. Така ситуація може виникнути у разі показу художнього фільму іншомовним аудиторіям, мало знайомим із «культурним контекстом», у межах якого він створювався. І переклад часто безсилий, тому що у форматі кіно малоймовірно експлікувати когнітивні елементи основи іншомовного суспільства – неможливо дати перекладацький коментар або виноску з поясненням як у друкованому творі.

Стратегія збереження найменувань національних культурних реалій у кіно найчастіше реалізується за допомогою транслітерування або транскрибування власних назв. Проте щодо реалій національної культури, які маловідомі чи невідомі зовсім представникам інших культур, цей прийом є малоефективним. Так, у одному із фільмів згадується вигаданий персонаж американських телепрограм, а згодом і відеоігор та прототип іграшок [1]: – *What's wrong with him, other than that he looks like Gumpy? – Gumpy, not Gumpy.* (1. Правда, він схожий на Гампі. 2. – А що? Нормальний хлопець, крім того, що скидається на Гампі...). У даному випадку транслітерування є недостатньою дією перекладача, оскільки не розкриває реципієнту перекладу додаткового знання культурної реалії, необхідного зі зняттям когнітивного дискомфорту. Це стан глядача, коли в процесі перегляду фільму у нього виникають питання, на які він не отримує відповіді. Видається доцільним застосувати перекладацький прийом лексичного розширення, щоб сформувані у реципієнта необхідне і достатнє уявлення про «чужу» культурну реалію, щоб зрозуміти алюзію хоч частково. Так, навіть мінімальне визначення: «Правда, він схожий на цього *мультяшного* Гампі» чи «...Гампі із *серіалу*» – допомогло б реципієнту експлікувати приховану авторську іронію щодо зовнішності персонажа фільму.

Під час транскрипції та транслітерації власної назви в перекладі ставка робиться на те, що реци-

п'єнти мають необхідні фонові знання і зможуть зрозуміти, який саме предмет стоїть за найменуванням. У перекладача немає об'єктивних параметрів для визначення цього чинника. Суб'єктивний параметр – власна інтуїція чи фонові знання – навряд чи у всіх випадках може бути достатньою підставою для вибору прийому перекладу.

У наступному прикладі в обох варіантах перекладу зберігається власна назва як найменування певної реалії: «*Why didn't you use the Limoges?*» (1. А чому ти не взяла **Лімож**, люба? У нас же гості. 2. – А чому ти не використовуєш **Лімож**, люба? Адже у нас гості). Відеоряд фільму є контекстом і у багатьох випадках допомагає розкрити зміст вербальних висловлювань. Дані висловлювання вбудовані в контекст певної мовної ситуації – розмова за обіднім столом, – з чого глядачеві повинно бути зрозуміло, що реалія «Лімож» пов'язана з процедурою званого обіду та прийому гостей. Проте з яким саме предметом співвідноситься власна назва в даній комунікативній ситуації, залишається не ясним, і навіть відеоряд не сприяє його ідентифікації. У подібних випадках, щоб уникнути можливого нерозуміння з боку реципієнтів, краще застосовувати прийом розширення або уточнення.

Власне ім'я the Limoges в англійській мові з'явилося як запозичення з французької та в результаті метонімічного перенесення стало функціонувати як найменування предметів, що виробляються в місті Лімож: вироби з емалі та фініфті, фарфор, кераміка, художні вироби з металу [8]. У даному конкретному прикладі мовна ситуація, у якій вжито власна назва, допомагає визначити, яку саме реалію було їм названо: запрошення гостя на обід та сервірований стіл, отже, йдеться про посуд. Таким чином, відбирається повноцінний еквівалент для англійського найменування the Limoges – Ліможський фарфор. З погляду визначення перекладацької трансформації даний варіант перекладу, з одного боку, є лексичним розширенням, так як у перекладі додається лексична одиниця «фарфор», що експлікує денотат. З іншого боку, власна назва «the Limoges» є найменуванням для цілого ряду денотатів, тому варіант перекладу «Ліможський фарфор» є одночасно прийомом конкретизації.

В офіційних варіантах перекладу розглянутих вище прикладів спостерігається стратегія збереження найменування та реалії у тексті перекладу у незміненому вигляді. Згідно з теорією норм Гідена Турі, загальна орієнтація перекладу на текст оригіналу або вимоги до тексту перекладу визнача-

ється початковою нормою перекладу (initialnorm). Якщо перекладач керується переважно нормативними вимогами культури оригінального тексту, то переклад загалом вважається адекватним [9, с. 56]. Таким чином, офіційні варіанти перекладів є адекватними за визначенням. Справді, збереження найменування обумовлено його культурною знаковістю тобто власні назви, які є «розмовними» для носіїв вихідної культури. Отже, разом із найменуваннями у переклад перекочують смислові імплікації та культурні конотації.

Однак питання полягає в тому, чи зберігаються ці компоненти загальної смислової структури конкретного найменування в тексті перекладу як «розмовні». Безумовно, вони продовжують бути присутніми в імплікації еквівалентів, перекладених прийомами транслітерації або транскрипції, але якщо реципієнти (Глядачі) не можуть їх усвідомити, то переклад залишається «німим» у тих місцях, де вжито найменування реалій. У випадках перекладу національних або мало відомих реалій необхідно використовувати перекладацькі прийоми, які є формами адаптації реалії до культури перекладу. За такого підходу переклад визначається як орієнтований на нормативні вимоги приймаючої культури.

У наступному прикладі порівнюються різні підходи до перекладу найменування культурної реалії. Сцена розмови нареченої з матір'ю з приводу її вбрання: – *What the hell are you wearing?* (Боже мій, у що це ти вирядилася?) – *It's an imitation Scaasi.* (1. Це майже **Скаасі**. 2. Це всього лише імітація **горжетки**.) У першому варіанті перекладу використовується традиційний прийом транслітерації, і перекладний еквівалент мало що говорить реципієнту. Збереження власної назви в першому варіанті перекладу передає алюзію на відому в американській культурі ситуацію на людину. В даному випадку вербалізація найменування реалії супроводжується візуальним чином цієї реалії – наряду матері (темно-синя оксамитова сукня), яка нагадує носіям і знавцям американської культури певний факт культурного життя країни: «*In 1989, he designed the blue velvet inaugural gown for Barbara Bush when her husband George Bush became US President*» [7].

Прийняття рішення про вибір прийому перекладу передують два процеси: уважне читання (close reading) [2, с. 81] та інтерпретація вихідного тексту (interpretation of the source text). Необхідним та важливим етапом аналізу тексту є розгляд одиниць на лінгвостилістичному рівні. В даному прикладі власна назва являє собою результат

метонімічного перенесення імені модельєра на створений їм наряд. Процес інтерпретації художнього тексту полягає в експлікації глибинних смислів і тому є, по суті, когнітивним аналізом. Надалі результати когнітивного аналізу тексту визначають стратегії перекладача. Очевидно, у другому варіанті перекладач керувався тим, що власна назва Скаасі є вузьконаціональним, і не буде розпізнане сприймаючою публікою як алюзія: "Арнольд Скаасі – відомий американський кутюр'є..." [7]. Перекладач обрав стратегію адаптації реалії у вигляді заміни малоінформативного найменування функціональним аналогом, який має асоціації у вихідній культурі.

Подібна ситуація розглядається й у наступному прикладі. Героїня фільму порівнює себе із відомою американською актрисою, чие ім'я навряд чи знайоме сучасному українському глядачеві. Shirley Temple Black is an American film and television actress, singer, dancer [5]: – *You'd look good with a perm. – Like Shirley Temple on crack.* (1. У тебе чудова зачіска. Завивка тобі йде. Чому ти не зробиш перманент? – Я вийшла, як **Ширлі Темпл** у ролі наркоманки. 2. – Але з кучерями краще. Зроби хімію. – Я пробувала – **ходила як вівця**, мало не забекала). У першому варіанті перекладу власна назва транслітерується. У другому варіанті власна назва опускається. До прийомів перекладу культурно-значимих слів відносять опущення відповідної одиниці вихідного тексту у разі, якщо її переклад не впливає на зміст та сенс.

У цьому прикладі власну назву вжито, щоб підкреслити одну рису зовнішності головної героїні – її кучері, які були характерною рисою Ширлі Темпл, коли дівчинка грала дитячі ролі. Таким чином, алюзія на реального представника національної культури має когнітивний зміст та додаткові конотації. Алюзія на «кіношний» дитячий образ імпліцитно виражає внутрішній стан дорослої освіченої жінки – невдоволення тим, що з неї роблять «ляльку Барбі», «кучеряве янголятко» – образ, який не відповідає її змісту. Збереження власної назви у першому варіанті перекладу для реципієнтів, які не знають культурні імплікації, втрачає сенс. У другому варіанті власна назва замінюється виразом «ходила як

вівця», яка виконує ту ж функцію: передає негативне ставлення людини до своєї зовнішності – і на тому ж рівні емоційної експресивності. Крім того саме це порівняння дуже вдало актуалізує ключовий змістовний компонент власного імені – атрибут зовнішності «кучеряве волосся». Таким чином, запропонований варіант є вдалою контекстуальною заміною.

Висновки. Отже, проблемам перекладу власних назв теоретичного перекладу приділено багато уваги, проте у сфері практики постійно виникають питання. Переклад власних назв, що у художньому тексті виконують функцію алюзії на культурну реалію, вимагає інших прийомів, ніж у разі виконання ними тільки номінативної функції. Використання традиційних для перекладу власних назв прийомів транскрипції та транслітерації ефективно під час перекладу власних назв у функції алюзій, тільки якщо останні добре відомі поза національно-культурним контекстом. У більшості випадків алюзії у вигляді власних назв актуальні лише в контексті «своєї» культури. Вони ніби не призначені для перекладу спочатку, тому цей процес повинен передуватися вирішенням питання про релевантність подібних алюзій для культури та тексту перекладу фільму. Така постановка питання зовсім не передбачає направити перекладача легким шляхом опущення алюзій та власних назв, оскільки крім культурних конотацій, вони несуть у собі елементи смислового змісту тексту і виконують певні художні функції.

Переклад алюзій та власних назв у кіно ускладнюється неможливістю використовувати традиційні в цих випадках прийоми виноски та коментарів, за допомогою яких створюється категорія інтертекстуальності [12, с. 223] у тексті перекладу. Найбільш ефективними виявляються прийоми лексичного розширення та заміщення власної назви функціональним чи контекстуальним аналогом. Таким чином, у процесі перекладу фільму як художнього тексту категорія інтертекстуальності значною мірою втрачається, тому що значущими є алюзії лише на ті культурні явища, які вийшли за рамки національного культурного контексту і набули статусу універсальних культурно-значимих одиниць.

Список літератури:

1. Gumby. Wikipedia. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Gumby>
2. Hermans T. Literary Translation. *A Companion to Translation Studies*: Multilingual Matters Ltd. Clevedon, 2007. P. 77–91.
3. Herve S., Higgins I. Thinking translation: A course in translation method: French–English. London. New York : Routledge. 1992. 272 p.

4. Leppihalme R. Culture bumps: an empirical approach to the translation of allusions. Clevedon: Multilingual Matters, 1997. 240 p.
5. Shirley Temple. Wikipedia. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Shirley_Temple
6. Shuttleworth M., Cowie M. Dictionary of translation studies. Manchester: StJerome. 1997. 252 p.
7. The Fashion Model Directory. URL: <http://www.fashionmodeldirectory.com/designers/arnold-scaasi/>
8. The Limoges. Britannica. URL: <http://www.britannica.com/search?query=the+Limoges>
9. Toury G. The Nature and Role of Norms in Translation. URL: <http://huitoto.udea.edu.co/TeoriaTraduccion/repo/SearchOfATheory.html>
10. Venuti L. In: M. Baker, G. Saldanna (eds.), Routledge encyclopedia of translation studies. London: Routledge. 2008. 240–244 p.
11. Venuti L. The Translator's Invisibility. A History of Translation New York: Routledge. 2018. 344 p.
12. Рябчук О. В., Разумна К. А., Сіваєва О. С. Перекладацькі стратегії як засоби маніпуляції свідомістю. *Закарпатські філологічні студії*. Видавничий дім «Гельветика». Одеса, 2021. № 18. С. 220–224.

Riabchuk O. V., Shmidt D. P. PROPER NAMES AS LEXICAL MARKERS OF DOMESTICATION AND FOREIGNIZATION STRATEGIES

The term "translation strategy" has not been unambiguously defined in translation science. Researchers understand strategy as either a method of translation, an action plan or tasks that the translator sets during the translation. The article considers the question of the need to preserve the original cultural values of the original or to adapt the text of the translation to the values of the host culture. The article is devoted to the review and research of two culturally oriented translation strategies – domestication and foreignization. This article also presents an analysis of current trends in the translation of proper names in movies using translation strategies such as domestication and foreignization. The foreignization strategy in the process of translating proper names is implemented through various translation techniques, which are based on the preservation of the name. Unlike foreignization, the domestication strategy is aimed to preserve in the text the translation of connotations and cultural allusions and the adaptation of cultural reality to the context of the host culture. The decision to choose the method of translation is preceded by two processes: close reading and interpretation of the source text. The article describes translation strategies that focus on the regulatory requirements of the host culture. The translator's strategy is determined by cognitive analysis of the text. The process of perception of a text occurs in the form of a chain of a large number of decoding operations for individual text components. The translation of proper names, which are used in allusions in a literary text, requires other methods, except in the case of performing only nominal functions. The use of traditional methods of transcription and transliteration for the translation of proper names is effective when translating proper names in the function of allusions, only if they are known outside the national and cultural context. Keeping the proper name in the translation option gives an allusion to the known situation in certain countries, in which case the verbalization of the name of the reality is accompanied by the physical image of this reality.

Key words: translation strategy, foreignization, domestication, proper names, translation, translation techniques.