

Наталія Лихошвед

*старший викладач кафедри педагогічних
технологій та мовної підготовки
(Державний університет «Житомирська політехніка»)*

Олена Свисюк

*старший викладач кафедри педагогічних
технологій та мовної підготовки
(Державний університет «Житомирська політехніка»)*

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

Сучасні тенденції у перекладознавстві та зміни які відбуваються на ринку перекладацьких послуг призводять до появи нових видів перекладу, які відрізняються від традиційних підходів та які представляють перед перекладачем нові вимоги та виклики.

Переклад – важливий спосіб пізнавальної діяльності, у перебігу якої відбувається перенос текстів, смислів, концепцій з одного культурного контексту до іншого.

Переклад відіграє величезну роль у сучасному світі, особливо після того, як стався так званий «інформаційний вибух». Різко збільшився обсяг інформації, якою обмінюються люди та народи. Зросли міжнародні контакти, на карті світу з'явилися нові держави, виникли численні міжнародні організації, всесвітні рухи, регіональні спілки держав. Науково-технічна революція викликала величезну потребу обміну науковою інформацією між різними країнами. Незмірно зріс обсяг міжнародної торгівлі, дипломатичної діяльності, міжнародного листування [7, с. 72–79]. Розширилися культурні зв'язки між народами, масового характеру набув міжнародний туризм. І зрозуміло, що подібне зближення народів було б неможливим без перекладу і перекладачів, які виступають посередниками між людьми, які говорять різними мовами.

Звичайно ж, у перекладі неминуче присутні інтуїція, мистецтво, особистісне залучення. Проте усі ці важливі аспекти перекладу підпорядковані пізнанню, а отже, й сам переклад виступає формою пізнання, яка перетворює невербальний досвід на вербальні форми, врешті-решт, переклад проявляє себе як своєрідний рефлексивний механізм, який дозволяє по аналогії досліджувати й інші механізми людської свідомості та комунікації. Таким чином, ми переходимо від усвідомлення перекладу як універсального інструменту пізнання до перекладу як засобу пізнання суб'єктом думки.

Останні два-три десятиліття значно змінилися й умови здійснення перекладацької діяльності. Сучасний фахівець з перекладу не може не відслідковувати останні зміни у своїй професійній сфері діяльності та має знати більше про культурний контекст перекладеної мови.

Перекладачі тепер працюють у комп'ютеризованому світі, охопленому мережею Інтернет, використовують різноманітні платформи та середовища, системи перекладацької пам'яті. Стає все більш популярним використання систем машинного перекладу [9]. На додаток, набувають поширення види

перекладу, які раніше знаходилися на периферії перекладацької професії або зовсім не існували. Набувають поширення такі відносно нові види перекладу як аудіовізуальний переклад, транскреація, аудіодискрипція. Найчастіше ці види перекладацької діяльності виступають як окремий вид перекладу, який відрізняється від так званого «традиційного» перекладу [3, с. 56–67].

Аудіовізуальний переклад, який також називають «кіноперекладом», «перекладом кіно- і відеоматеріалів» (в англійській мові – audiovisual translation, film translation, screen translation multimedia translation) [7]. Особливість аудіовізуальних текстів полягає в тому, що їх реципієнти стають одночасно читачами, слухачами та глядачами. Найпопулярнішими жанрами AVT є:

- дубляж (англ. *dubbing* – переклад із заміною оригінальної доріжки);
- субтитрування (англ. *subtitling* – текстовий переклад аудіовізуального тексту, що супроводжує зображення у вигляді написів у нижній чи верхній частині екрану);
- закадрове озвучування (англ. *voiceover* – переклад зі збереженням притишеної оригінальної доріжки).

Поява таких видів перекладацької діяльності зумовлена динамічним розвитком ринку перекладу, появою нових термінів, понять, розвитком торгівлі та збільшенням конкуренції між компаніями та в свою чергу потребою до більшого перекладу текстів різноманітної тематики, здебільшого маркетингової. З цього можна стверджувати, що найважливішим чинником, який впливає на зростання ринку перекладацьких послуг є глобалізація культури та економіки. Перекладач – важлива частина розвитку сучасного світу, оскільки межі між країнами та континентами стираються, а мовні бар'єри залишаються між людьми. Але треба пам'ятати про важливість збереження національних культурних особливостей, тому разом з розвитком світових тенденцій у перекладі зростає і потреба знати більше про культурний контекст перекладеної мови

В останні роки на українському перекладацькому ринку набула широкого поширення нова стратегія «транскреація». Поява цього терміну виникла через те, що більшість мов відрізняються одна від одної у багатьох аспектах, тому у деяких випадках звичайного перекладу недостатньо. Саме тому заміна слів однією мовою словами іншої мови неминуче призведе до буквального перекладу, а що ще гірше, до його неправильного розуміння цільовою аудиторією. Щоб уникнути некоректного перекладу текстів, юридичні та фізичні особи або компанії вдаються до застосування такого виду перекладу як транскреація. Таким чином при перекладі тексту іноземною мовою буде враховано особливості цільової мови та культури відповідної країни. Транскреація передбачає, що перекладений текст повинен мати схожий ефект на читача як у вихідній мові, так і мовою перекладу. Транскреація часто використовується в маркетингу та вимагає особливих творчих навичок від перекладача [2, с. 170–171].

Важливе значення для цього виду перекладу має орієнтація на цільову аудиторію. Звичайно, будь-який переклад так чи інакше враховує кінцевого адресата. Перекладач завжди пам'ятає, до кого звернено його текст: до користувача приладу чи читача наукового журналу. Але транскреція має на увазі ще й переробку вихідного тексту. Різниця між оригіналом та кінцевим продуктом у результаті може вийти суттєвою. Завдання перекладача – спочатку сприйняти вихідний текст, зрозуміти його ключові ідеї, врахувати емоційний посил, а потім перекласти це іншою мовою, але з урахуванням особливостей кінцевого адресата. Насамперед це національні культурні особливості, а також особливості тієї соціальної групи, до якої звернений текст. Підсумковий текст повинен містити той самий посил, як і вихідний текст, але висловлювати ці думки мовою аудиторії – у всіх сенсах [7]. Такий вид перекладу використовується у рекламних та маркетингових цілях, наприклад на плакатах, слоганах чи у перекладі кінофільмів або книжок. Адже трапляються доволі часто випадки, коли неможливо зберегти точний переклад, а іноді це просто не має сенсу, адже тоді він буде незрозумілий цільовій аудиторії або мати інше, невірне значення. Наприклад, назву комедійного фільму «Last Christmas» було вкрай недоречно зберегти дослівно при перекладі, адже назва «Останнє Різдво» зовсім не несе той емоційний посил, який змусить глядачів піти до кінотеатру. Подібна назва не є доречною для цільової аудиторії, тому фільм був перекладений як «Щасливого Різдва», що краще розкриває ідею фільму та є більш зрозумілою та привабливою для української аудиторії. (Або назва «The Weekend Away» з огляду на емоційний посил перекладено «Незабутні вихідні»). Подібні творчі вільності потрібні для того, щоб при перекладі текст не втратив закладеного в оригіналі сенсу та викликав у адресата тексту певну емоцію.

Інший приклад транскреції відноситься до більш широкого застосування, коли у фільмі можуть бути замінені імена та навіть костюми головних героїв аби вони були більш доречними для тієї країни у якій буде трансляватися фільм. Перекладачеві доводиться не тільки правильно перекладати слова, але й враховувати такі фактори, як культура, звичаї, ідіоми, гумор та контекст. Тому при такій роботі задіяна ціла команда спеціалістів як перекладачі, чия рідна мова є мовою цільової аудиторії, які мають знання своєї культури, мовних особливостей та вміють творчо адаптувати повідомлення для цільового ринку, так і маркетологи, дизайнери та можливо інші спеціалісти. Інший вид перекладу, який набуває широкого поширення та попиту є аудіодискрипція (тифлокоментування), що передбачає створення окремої звукової доріжки із закадровим описом персонажа, предмета, простору або дії у відеопродукції для сліпих, осіб з порушеннями зору та осіб з дислексією [3].

Складність роботи тифлокоментатора полягає в тому, що для підготовки якісного спеціаліста потрібна висока міра спостережливості, грамотна вимова, вміння висловлюватися лаконічно, при цьому передаючи суть того, що відбувається. Такий фахівець повинен мати широкий кругозір, оскільки потрібно грамотно прокоментувати будь-яку ситуацію. Тифлокоментування –

це творчий процес. У кожній складній ситуації може бути кілька правильних рішень і професійний тифлокоментатор може ці рішення знайти. А підготовка тифлокоментара – це тривалий та трудомісткий процес, який потребує постійного розвитку навичок редагування. Сьогодні робота з підготовки перекладачів-тифлокоментарів починає набувати масового характеру. Цьому сприяє вихід низки законодавчих актів, наприклад, ухвалені минулого року поправки до закону «Про авторське право та суміжні права» [3]. Вони сприяють тому, щоб українські фільми виходили із субтитрами та тифлокоментарями до кожної картини, але нажаль поки що немає законів які б зобов'язували кінотеатри та кіностудії випускати фільми з тифлокоментарями.

Такий переклад відіграє дуже важливу роль для маркетингу, оскільки компанії і продукти проникають на нові ринки. До такого перекладу можна віднести переклад у залі під час прем'єрного показу, закадровий переклад, переклад для наступного дубляжу, субтитрування (підготовка субтитрів). Відносно недавно дослідники теорії перекладу погодилися в тому, що «аудіовізуальний переклад» є не просто різновидом перекладознавства, але самостійною галуззю досліджень. Насамперед, це трапилося, оскільки стало очевидним, що перекладаючи аудіовізуальні тексти, перекладач робить щось, що йде кардинально врозріз з його звичним досвідом семантичного перекодування смислів, обмежених лише рамками мови [1, с. 122–123].

Висновок: Отже, переклад виступає засобом спілкування між людьми. Він є засобом взаємозв'язку, а також розповсюдження наукової, художньої, політичної, технічної та іншого виду інформації. Соціальна природа перекладу та соціальний характер його впливу є яскравим і виразним прикладом його комунікативної функції.

Переклад, як діяльність, має за мету не лише передачу когнітивної інформації у тій формі, у якій вона була представлена в оригінальному тексті, а значно ширшу мету – культурної адаптації тексту, усунення відмінностей, що виникають у зв'язку з відмінностями між двома культурами. Дослідження сучасних тенденцій у перекладі є дуже важливим, адже у процесі здійснення перекладу перекладач вирішує цілий комплекс задач, у тому числі і забезпечення відповідності перекладеного тексту очікуванням та потребам споживача.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бахов І.С. Субтитрування у перекладі як інструмент формування професійної ідентичності перекладачів в умовах глобалізації. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія. 2019. № 38(1). С. 122–127.

2. Вергун Л.І. Транскреція як засіб міжкультурної комунікації. Інноваційні процеси економічного та соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід : Матеріали ІХ міжнародної науково-практичної конференції молодих учених і студентів. Тернопіль : ТНЕУ, 2016. С. 170–171.

3. Про внесення змін до деяких законів України щодо розширення доступу сліпих, осіб з порушеннями зору та осіб з дислексією до творів, виданих у спеціальному форматі. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/927-19#Text> (дата звернення: 26.12.2021).

4. Audiovisual Translation: Language Transfer on Screen / ed. by J. Díaz Cintas, G. Anderman. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2009. 272 p.

5. Baker M. Routledge encyclopedia of translation studies. London; New York : Routledge, 2003. 654 p.

6. Newmark P. A Textbook of Translation. New York : Prentice Hall, 1998. P. 311. 7. Gambier Y. The Position of Audiovisual Translation Studies. The Routledge Handbook of Translation Studies.

7. Slyusar V. M., Shkil L. L., Slyusar M. V. Substantive approach to the definition of «advertising»: philosophical and communicative aspect. *Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences*. 2021. 9 (86). P. 103 – 112. [https://doi.org/10.35433/PhilosophicalSciences.2\(90\).2021.103-112](https://doi.org/10.35433/PhilosophicalSciences.2(90).2021.103-112)

8. Kuznyetsova G.V. Cognitive Procedures in Implicit Speech Acts. *Science and Education A New Dimension. Philology*, VII (60), Issue, 204, 2019 Sept. P. 64-67. <https://doi.org/10/31174/SEND-Ph2019-204VII60-15>