

ФІЛОСОФСЬКІ НАУКИ

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-12-88-8>

УДК 130.2

Баликіна О.О., Шпачинський І.Л.

Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського

ДЕЯКІ АСПЕКТИ «ФІЛОСОФСЬКО-СЕМАНТИЧНОГО» ХАРАКТЕРУ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню проблеми перекладу та інтерпретації назв англomовних книг та фільмів та впливу цього явища на розуміння суті і відповідний вибір продуктів інтелектуального виробництва україно- та російськомовними споживачами з відповідними економічними наслідками. Також у статті розглядаються можливі причини викривленого перекладу і подальшої інтерпретації та розуміння назв продуктів книговидавання та кінопрокату споживачами. Розглядаються конкретні приклади інтелектуальної продукції з викривленими назвами, що, на нашу думку, відповідають зазначеним можливим причинам деформації під час перекладу. Демонструються результати опитування, проведеного в рамках цього дослідження, з ціллю виявлення впливу перекладу назви на подальше сприйняття продукту споживачами та його інтерпретації. Звичайно, вони супроводжуються таблицями та діаграмами для схематичного зображення і кращого розуміння результатів дослідження.

Ключові слова: герменевтика, інтерпретація, книга, фільм.

Balykina Alexandra, Shpachynskiy Ihor
V.O. Sukhomlinsky Mykolaiv National University

SOME ASPECTS OF THE "PHILOSOPHICAL AND SEMANTIC" NATURE OF INTERPRETATION

Summary. The article is devoted to the study of the problem of translation, interpretation and understanding of titles of English-language books and films represented among Ukrainian- and Russian-speaking people. And it is also devoted to the study of the impact of this phenomenon on the understanding of the essence and appropriate choice of intellectual products by Ukrainian and Russian-speaking consumers with appropriate economic consequences. The study begins with the research about canons of translation and interpreting, which must be followed by translators, according to Emilio Betti's 1955 work, which is called "General Theory of Interpretation". In the article we examine the meaning of the title in the context of interpreting of film's or book's general sense. The article also considers the possible reasons for the distorted translation and further interpretation of the names of book publishing and film distribution products. It is necessary to emphasize, that in the article we consider cases of, in our opinion, distorted translation not only in the Ukrainian-speaking segment, but also in the Russian-speaking segment too. We suppose, that the translation of titles of books and movies may have a significant influence on the choice made by consumers. There are also considered specific examples of intellectual products with distorted names, which, in our opinion, correspond to the indicated possible reasons. In the article we try to find out which influence did the distorted translation have on the interpretation and understanding of books and films by the audience. As a part of the article, we conducted surveys among some people of different age groups regarding their preferences when choosing a product of book publishing or film distribution production for further reading or watching. There are represented the results of these surveys conducted in this study in order to identify the impact of translation of the title on the subsequent perception of the product by consumers and its interpretation by them. The results are accompanied by tables and diagrams with a schematic representation of the results and detailed description of data in each of them.

Keywords: hermeneutics, interpreting, book, film.

Постановка проблеми. Слід зазначити, що хоча обрана тема і не має глобально-го характеру, проте необхідно визнати, що назви книг і фільмів грають достатньо велику роль для україно- та російськомовних споживачів культурної спадщини світу. Немає сенсу заперечувати і той факт, що це впливає на так званий «багаж матеріалу» для людського саморозвитку. Саме тому проблема неточних або навіть відверто безглуздих локалізацій назв може стати істотною перешкодою для багатьох людей на шляху до якісного розуміння літературного та кінематографічного контенту. Отже, вважаємо, що ці тема і проблема є достатньо важливими для того, щоб бути розглянутими більш детально.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблему правильного перекладу будь-якого

джерела інформації зараз досліджують багато науковців, всіх і не згадати. Але, конкретно для даного дослідження мали значення ті роботи, що стосувались безпосередньо проблеми інтерпретації титульних назв книг та кінофільмів. Публікацій з такою специфікою, на жаль не так багато. Тому були обрані для аналізу максимально нові публікації, що вдалося знайти під час збору інформації. Для цього дослідження нам довелося ознайомитися з дослідженнями Карпінського Ю.В. та Капустіної О.В. Крім того, багато інформації важливої для дослідження знаходилося на просторах інтернет-ресурсів, які не є науковими. Наприклад веб-сайти з офіційною інформацією про фільми, які згадуються у роботі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проаналізувавши публі-

кації та статті, що стосуються теми інтерпретації та перекладу назв книг та фільмів, ми зрозуміли, що дуже мало інформації було викладено з приводу впливу перекладу на сприйняття та розуміння основного сенсу твору споживачем. Тому нами було вирішено, що ця проблема повинна бути досліджена більш детально.

Мета статті. Виявити «філософсько-семантичні» та відповідні економічні аспекти інтерпретації, що впливають на адаптацію назв англomовних книг та фільмів для україно- та російськомовного населення. Таким чином, треба з'ясувати причини можливості викривлення в адаптації назв книг та фільмів. Окрім цього, необхідно встановити можливий вплив інтерпретації на рівень популярності та попиту книг та фільмів і визначити значення назви для споживачів під час вибору вказаних вище джерел інформації.

Основний виклад матеріалу. У своїй праці «Загальна теорія інтерпретації» за 1955 рік італійський філософ Еміліо Бетті виклав на розсуд суспільства чотири канони інтерпретації, яких треба дотримуватись під час тлумачення об'єкту інтерпретації. Перший канон – це канон автономії інтерпретованого об'єкта – вимагає від інтерпретатора дбайливого ставлення до вмісту в ньому сенсу і недопущення привнесення в нього чужорідних сенсів. Мається на увазі, що інтерпретатор повинен піти від власної суб'єктивності, намагаючись виключити можливі впливи власних забобів, думок, ідеологічних уподобань, які можуть перевернути коректність інтерпретації. Другий канон – цілісності, або смислової пов'язаності – вимагає від інтерпретатора співвіднесення частини і цілого для прояснення сенсу об'єкта, що тлумачиться. Третій канон – актуальності розуміння – вимагає від інтерпретатора здатності перенесення чужої думки в актуальність власного історичного життя. Останній канон – канон герменевтичної смислової відповідності, або адекватності розуміння, – має на увазі відкритість інтерпретатора духу, який створив твір, необхідність налаштувати себе на співзвуччя з думкою автора, що передбачає широту горизонту інтерпретатора, яка породжує рідний, конгеніальний з об'єктом інтерпретації стан духу [6].

Таким чином, можна зробити висновок, що під час адаптації не тільки самих книг та фільмів, але й їх заголовків, особливо важливою складовою процесу є слідування вище вказаним канонам інтерпретації. Назва відіграє особливу роль у сприйнятті кінофільму глядачем. Назва твору – це ключ до його інтерпретації. Саме тому читача чи глядача можна назвати комунікативним співавтором, оскільки кожен адресат свідомо чи підсвідомо будує власний прогноз щодо змісту твору вже на початковому етапі сприйняття його назви. Назви кінофільмів виконують номінативну, інформативну та рекламну функції. При цьому основною функцією назв кінофільмів є рекламна, тобто звернення до глядача та провакація запланованої реакції з його боку [3].

Зазвичай назва потрібна для того, щоб стисло донести до споживача сутність твору літературного або кінематографічного. Це, звичайно, означає, що переклад заголовків та титульних назв потребує не тільки доброго знання мови, а

й розуміння культурних та мовних особливостей тої країни, з чиєї мови відбувається переклад [2].

Також, слід згадати, що назва фільму чи книги це по суті можна вважати стислим змістом твору в одній короткій фразі. Ця коротка фраза має надати споживачеві інформацію стосовно жанрової специфіки та змісту кінострічки чи рукопису [2].

Виникає питання: а чому це необхідно? В першу чергу для того, щоб аудиторія могла перед безпосереднім ознайомленням з продуктом або його описом зробити припущення про подальший зміст. Потім вже від цього буде залежати буде користуватись продукт попитом, чи ні. Але у світі адаптацій та перекладів вже достатньо довго існує така проблема, як викривлення оригінального заголовку на догоду маркетингу. Наприклад, прокатники хочуть привабити до певної книги чи кінокартини певний сегмент аудиторії. Тоді робиться приблизний аналіз того, що зараз користується популярністю у цього сегменту, а потім інтелектуальна продукція локалізується таким чином, щоб зацікавити обрану групу людей для подальшого ознайомлення з нею.

Слід нагадати також, що причини зміни оригінальної назви при її адаптації для вітчизняних споживачів можуть бути різними, тому не треба звинувачувати перекладачів у всіх смертних гріхах. Ми умовно визначили три причини. Перша причина – це звичайно маркетинг, а точніше переклад назви таким чином, щоб привабити побільше людей до продукту. Зазвичай це одна з найпоширеніших причин. Також впливають на адаптацію добре знайомі багатьом труднощі перекладу. Коли немає можливості правильним чином, коротко та влучно перекласти оригінальний заголовок, то локалізатори вживають свої хитрощі та переробляють назву на свій манер, щоб було зрозуміло та привабливо для споживача. До третьої причини можна віднести історичні фактори, наприклад, цензуру, через яку з'явилися деякі унікальні явища, особливо в області кінематографу, на просторах з україно- та російськомовним населенням. Але про них більш детально буде згадано дещо пізніше.

Тепер можна розглянути приклади вище названих причин. Розпочнемо у порядку «спадання масштабу проблеми». Як вже було сказано раніше, більша частина викривлень оригінальної назви під час адаптації трапляються через спроби привабити аудиторію до продукту. Дуже яскравими зразками такого явища є такі фільми як «Капітан Америка: Перший месник», «Недоторкани», «Форсаж». Якщо перший та другий у плані назви для україномовного глядача адаптували правильно, то от з третім є проблеми. Те, що переклали як «Форсаж» слід було б називати «Швидкі та люті» («The Fast and The Furious») [1].

Але, варто сказати, що, на нашу думку, у випадку з франшизою фільмів «Форсаж» прокатники (т. зв. «локалізатори») тільки виграли. Як ми вже згадували раніше, назва повинна передавати сенс фільму або книги у максимально стислому форматі. По суті, назва «Форсаж» відображає в собі основний сенс серії фільмів. Споживач бачить назву і розуміє, що мова, скоріш за все, буде йти про перегони і все з ними пов'язане. Додати до цього можемо ще й той факт, що в англomовному прокаті до назви «The Fast and The Furious»

почали додаватися окремі назви наступних частин франшизи. В україно- та російськомовному прокаті локалізаторам залишалося вже просто представляти порядковий номер до наявної назви «Форсаж», щоб глядачі не плуталися в численних продовженнях.

В світі російського прокату ще цікавіше, тому що там прокатники навіть назви перших двох фільмів з наведених вище переклали на свій смак. Так «Капітан Америка: Перший месник» у російському прокаті перетворився просто на «Первый мститель» («Перший месник»). Можна зробити припущення, що так вийшло через те, що прокатники боялися лишитись без великої частини аудиторії, якщо у назві буде згадано Америку. Але все ще не зрозуміло, який в цьому був сенс, адже в результаті загальні касові збори склали більше 370 млн. доларів (з них більше 8 млн. доларів у Росії) [5].

Згадуючи про «Недоторканих», слід сказати, що в Росії чомусь цей фільм випустили на екрани з загадковим заголовком «1+1». Тут вже проблема окреслюється більш істотно, тому що глядачі починають думати, що між головними героями буде романтичний зв'язок. В той час, як у фільмі цього нема, а основний акцент робиться на тому, як один головний герой впливає на іншого і змушує його почати життя знову після отримання жахливої травми, що прикула його до інвалідного крісла. Можна уявити, скільки людей відмовилися від перегляду якісної за сюжетом та сенсом кінокартини через те, що їх збентежила назва, яку викривлено адаптували. Сюди ж можна віднести і багато інших кінематографічних продуктів, зокрема мультфільми компанії Disney, DreamWorks та ін. Так, мультфільм «Frozen» став «Крижаним серцем», а мультфільм «Brave» («Відважна») російському глядачеві став відомим під назвою «Храбрая сердцем».

До цієї ж категорії, ми вважаємо, належать фільми, чії назви були адаптовані саме таким чином, щоб привабити певний сегмент аудиторії до перегляду кінокартини. Як приклади, ми можемо згадати про такі фільми як «Збірка промінів надії» і «Коханий з майбутнього». Розберемо кожний з них на предмет того, що з цими назвами може бути не так.

Кінокартина «Збірка промінів надії» була знята за мотивами дебютного роману «Сріблястий промінь надії», що був написаний американським письменником Метью Квіком. Власне, оригінальні назви роману і фільму співпадають і звучать так – «Silver Linings Playbook». Для україномовних глядачів фільм був представлений у кінотеатрах саме з такою назвою. В той самий час російськомовні локалізатори, мабуть, вирішили привабити увагу дівчат підліткового віку, тому що у російському прокаті фільм вийшов на екрани з назвою «Мой парень – псих». Таким чином, ми припускаємо, більшість глядачів російськомовного сегменту були дещо збентежені відсутністю збігу між назвою та загальним сюжетом і сенсом кінокартини. В даному випадку «творчі пориви» під час адаптації викривили основний сенс, що був закладений у назві і проходив основним мотивом через весь фільм. У назві використовується англійська ідіома «silver lining», що інтерпретується як «надія на краще

у найгірші часи». Ця ж ідея транслюється глядачеві протягом усього фільму.

Кінокартина «Коханий з майбутнього» також не уникла викривлення назви під час адаптації ні в україномовному, ні в російськомовному сегментах. Оригінальна назва – це «About Time». Якщо перекладати дослівно, то назва була би «Про час». Також у цієї фрази є ідіоматичне значення – «Далеко минув бажаний час». В даному випадку, на нашу думку, більш доречним було би використання дослівного або «ідіоматичного» перекладу для відображення основної ідеї фільму. Під час перегляду споживач розуміє, що тут мова йде зовсім не про хлопця, що прийшов з майбутнього і закохався у дівчину. Основним мотивом кінокартини у жанрі фантастики було донести до глядача, що варто кожен день проживати так, щоб не шкодувати про щось втрачене або не зроблене.

Згадуючи про книги у цій категорії, хочеться сказати про дитячий роман Мері Стюарт «Маленька мітла». Зараз цей твір випускають під назвою «Мері та відьомська квітка», щоб підняти рівень продажів після успішного виходу на екрани однойменного аніме за мотивами цього твору. І це лише декілька прикладів.

Другою причиною було зазначено труднощі перекладу. Тут слід сказати, що під цією категорією переважно мається на увазі гра слів, або використання специфічних слів чи виразів, які складно було б адаптувати для вітчизняного кола споживачів. Наприклад, візьмемо таку англійську книгу як останній роман Діани Сетерфілд, який в оригіналі називається «Once Upon A River». Дивлячись на цю назву, одразу можна провести паралель з англійською фразою, з якої починаються казки – «once upon a time». Вважається, що через гру слів перекладачам складно було адаптувати назву книги так, щоб вона звучала близько до оригіналу. Тому, мабуть, в російському видавництві «Азбука» вирішили, що книга носитиме назву «Пока течет река». І від цього вони тільки виграла, наскільки можна судити з продажів.

Якщо ж казати про фільми, то гарним прикладом проблем з грою слів у цій області слугує фільм «Lock, Stock and Two Smoking Barrels», більше відомий російськомовному глядачеві під назвою «Карты, деньги, два ствола». Але, вважаємо, що доцільніше було б перекласти його ближче до сенсу, як «Все сразу», тому що назвою слугує англійський фразеологізм, що позначає частини зброї. Таким чином, на нашу думку, під час адаптації втрачилось початкове значення назви.

Сюди ж можна віднести і переклад назви фільму «Американський пиріг» («American Pie»). З першого разу незрозуміло, у чому конкретно виявляється неточність перекладу. Але у контексті цього фільму, на нашу думку, переклад назви є занадто буквальним, адже мова йде не про пиріг, хоча сцена з ним і була. Під висловом «American Pie» мався на увазі типовий образ американського життя, як, наприклад російські «лазня, горілка, гармонія і лосось» [4]. Але ця назва вже міцно закріпилася за серією цих комедій. Ми припускаємо, що доречніше було би в цьому випадку скористуватись можливістю і адаптувати фільм під дещо іншою назвою, що могла би трохи детальніше відобразити суть кінокартини.

Зацікавленість споживачів продуктом у залежності від звучання його назви

З якою книгою/фільмом ви би ознайомилися більш охоче, спираючись тільки на назву?	Смисловий переклад	Адаптація локалізаторів
Once Upon A River	39%	61%
Bellman & Black: Ghost Story	72%	28%
The Lantern's Ember	22%	78%
Seasons Of The Storm	76%	24%
The Little Broomstick	38%	62%
The House at Riverton	50%	50%
Frozen	15%	85%
Big Hero 6	36%	64%
Rise of The Guardians	27%	73%
Spirit: Stallion of the Cimmaron	23%	77%
Die Hard	54%	46%
Some Like It Hot	25%	75%
Cinderella Man	67%	33%
The Ring	41%	59%
Men Of Honor	87%	13%

І третя причина – історичні реалії часу. На думку одразу спадає найяскравіший приклад – музична комедія ХХ сторіччя «У джазі тільки дівчата». Назва цього фільму аналогічним чином звучить і у російськомовному сегменті, хоча, на нашу думку, точний переклад був би «Дехто любить гарячіше». Але у ті часи, коли фільм був тільки випущений для глядачів радянського простору, цензура працювала досить гарно. Саме тому локалізатори змінили назву, яка звучала дещо непристойно для звичайної радянської людини [4].

Розбираючись з впливом, що виражається у рівні попиту на інтелектуальну продукцію, в рамках цього дослідження було проведено опитування. Основним питанням було: «З якою книгою/фільмом ви би ознайомилися більш охоче?» За цим йшли 15 дочірніх питань, включаючих в себе ори-

гінальну назву кінокартини або книги, а потім надання вибору між смисловим перекладом продукту і адаптованим локалізаторами. В якості варіантів відповіді учасники опитування обирали номер, під яким була назва, що подобалась більше.

Метою опитування було встановити рівень популярності продукту серед споживачів, коли вони під час вибору спираються тільки на назву. В якості смислового перекладу виступала наша неофіційна інтерпретація назви, а в ролі адаптації локалізаторів виступав офіційний переклад назви, під яким продукт надійшов до споживачів. Результати опитування, що проводилося за допомогою соціальних мереж серед людей різних вікових груп, представлені у наведеній вище таблиці «Зацікавленість споживачів продуктом у залежності від звучання його назви».

НАСКІЛЬКИ ВЕЛИКЕ ЗНАЧЕННЯ МАЄ ДЛЯ ВАС НАЗВА КНИГИ/ФІЛЬМУ ПІД ЧАС ВИБОРУ ПРОДУКТУ?

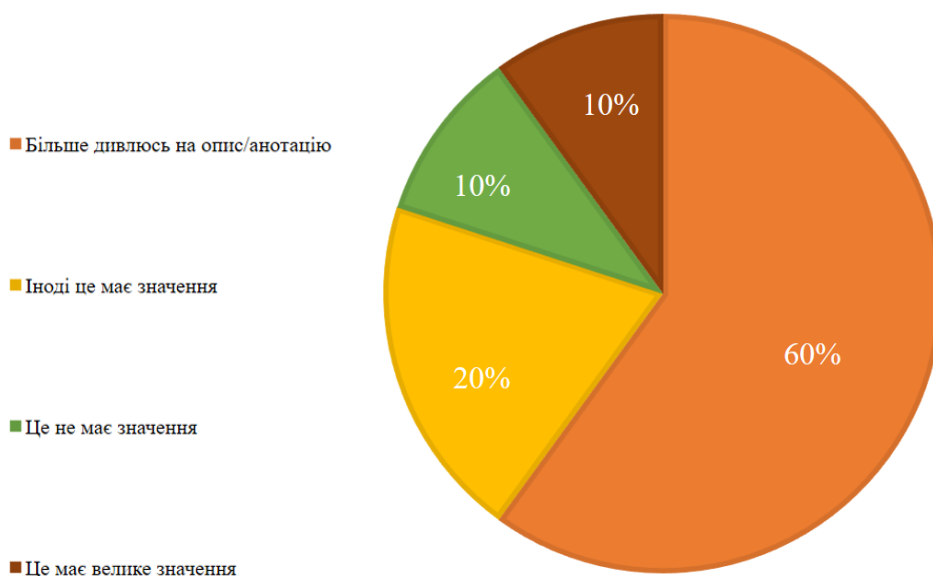


Рис. 1. Значення назви продукту під час вибору його споживачем

З 15 питань у 9 із них більше половини опитуваних віддали перевагу адаптації, у 5 випадках більше половини віддали перевагу смислому перекладу. І тільки один раз думки розділились 50% на 50%. З наданих варіантів перекладів більшість належала, на нашу думку, до категорії «переклад заради маркетингу». Таким чином, ми можемо зробити висновок, що назва має дійсно істотний вплив на рівень попиту інтелектуальної продукції у сфері видавничької справи та кінопрокату.

Потім було проведено ще одне опитування, де основним питанням було: «Наскільки велике значення має для вас назва книги/фільму під час вибору продукту?». Це опитування проводилося таким самим чином, як і перше представлено раніше у дослідженні.

Згідно з результатами опитування, 10% відповіли – велике значення, 10% – немає значення, 20% – іноді це має значення, 60% – більше дивлюсь на анотацію/опис. З цього можна зробити ви-

сновок, що хоча назва має велике значення для маркетингу, але безпосередньо для споживачів більший сенс відіграє сутність інтелектуальної продукції і про що вона повідомлятиме (рис. 1).

Висновки даного дослідження. Підсумовуючи результати дослідження, можливо зазначити, що основними джерелами проблеми адаптації є або бажання отримання великого доходу від використання продукції, або труднощі перекладу. Але, втім, це могло бути сформоване історичними реаліями самого життя. Однак, вважаємо, що хоча споживачі часто орієнтуються на заголовки і назви, але, все ж таки, головним критерієм вибору інтелектуальної продукції для них залишатиметься сутність і зміст, які будуть транслюватися потім. В той самий час, на нашу думку, головним аспектом «філософсько-семантичного» та «економічного» характеру інтерпретації назв залишатимуться спроби локалізаторів догодити саме споживачам і їх смакам. Тому що люди читають і дивляться те, що їм подобається.

Список літератури:

1. Форсаж (серія фільмів). URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Форсаж_\(серія_фільмів\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Форсаж_(серія_фільмів)) (дата звернення: 06.12.2020).
2. Капустіна О.В., Фесенко І.Л. Проблеми перекладу титульних назв. *Інституційний репозитарій «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*. 2017. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/21742/154-157.pdf?sequence=1> (дата звернення: 20.12.2020).
3. Карпінський Ю.В. Локалізація назв англомовних фільмів в Україні. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/15604/1/локал.pdf> (дата звернення: 04.12.2020).
4. Как локализируют названия фильмов в России. URL: <https://www.film.ru/articles/kinoslovar-trudnosti-perevoda> (дата звернення: 06.12.2020).
5. Первый мститель. URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/160946/> (дата звернення: 06.12.2020).
6. Россиус Ю.Г. О теории интерпретации Бетти. *История философии*. 2012. № 17. С. 83–89.

References:

1. Forsazh (seriya filmiv) [Fast and Furious (film series)]. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Forsazh_\(seriya_filmiv\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Forsazh_(seriya_filmiv)) (accessed: 06.12.2020).
2. Kapustina O.V., Fesenko I.L. (2017). Problemy perekladu tytulnykh nazv [Problems of translation of title names]. *Institutsiynyyu repozytariy «KNEU imeni Vadyma Het'mana»*. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/21742/154-157.pdf?sequence=1> (accessed: 20.12.2020).
3. Karpinskyu Yu.V. Lokalizatsiya nazv anhlomovnykh filmiv v Ukrayini [Localization of English-language film titles in Ukraine]. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/15604/1/lokal.pdf> (accessed: 04.12.2020).
4. Kak lokalyzuyuyut nazvaniya fyl'mov v Rossyy [How to localize the names of films in Russia]. URL: <https://www.film.ru/articles/kinoslovar-trudnosti-perevoda> (accessed: 06.12.2020).
5. Pervyy mstytel [The first avenger]. URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/160946/> (accessed: 06.12.2020).
6. Rossyus Y.H. (2012). O teoryu ynterpretatsyy Betty [On the theory of interpretation of Betty]. *Ystoryya fyllosofyy*, no. 17, pp. 83–89.