

Mg.philol. Inga Milēviča

Alberta koledža

VIENĀDI SPĒLFILMU NOSAUKUMI: VAI TOS PĒTA, UN KĀ TOS TULKO?

SIMILAR FEATURE FILM TITLES: ARE THEY STUDIED, AND HOW ARE THEY TRANSLATED?

<https://doi.org/10.55877/kkmp.2024.2.483>

Abstract

This study is devoted to the issue of homonymy of the titles of feature films in English and their translations into Latvian and Russian. The issue of homonymy of the names of feature films is practically not disclosed in the studies of audiovisual text and its translation. Meanwhile, this material can be successfully used to understand the peculiarities of the choice of tactics for the translation of feature film titles. In order to present a general picture of the functioning of homonymous titles of feature films and their translations, a general sample of titles of feature films produced in the USA (1991–2020) was made in the *imdb.com* database. The purpose of the study was to determine the general picture of homonymous names in the original language and to identify trends in translation tactics for them, for which the continuous sampling method and statistical analysis, comparative analysis and elements of the stylistic and semantic method were used. The article discusses the general picture of the homonymy of feature film titles: 25% of feature film titles have homonymous titles, which cannot be ignored when analyzing the tactics of translating feature film titles.

Keywords: *audiovisual translation (AVT), feature film title, homonymy, translation strategy and tactics.*

Ievads

Šis pētījums turpina zinātnisko pētījumu sēriju, kas veltīta ASV 1991.–2020. g. spēlfilmu nosaukumu tulkošanai latviešu un krievu valodā, kā arī audiovizuālajai tulkošanai, tulkošanas stratēģijai un taktikām veltītiem zinātniskajiem rakstiem

[Milevica 2020], [Milevica 2020a], [Милевич 2020], [Милевич 2021], [Милевич 2022].

2010. gadā Īvs Gambjē (*Yves Gambier*) [Gambier 2010] norādījis, ka tulkošanas stratēģija pieder pie neskaidrajiem AVT (audiovizuālās tulkošanas) jēdzieniem [Gambier 2010: 412]; 2013. gada *The Encyclopedia of Applied Linguistics* norādīts, ka termins “tulkošanas stratēģija” bieži tiek lietots kā sinonīms tādiem terminiem kā “procedūra”, “tehnika”, “metode”, “taktika”, “pieeja” utt. To nozīmes pārklājas, un tulkošanas pētnieki tos definē dažādos veidos” [Sun 2013]; bet Endrū Čestermans (*Andrew Chesterman*) situāciju ar tulkošanas stratēģijas terminu un tam tuvajiem jēdzieniem nosaucis par “terminoloģisku jucekli” [Čestermans 2019]. Neskatoties uz vairākiem mēģinājumiem ieviest skaidrību šī termina lietošanā joprojām “konceptuālā neskaidrība nav kļiedāta” [Sun 2013].

Iemeslu tam daudz: pētnieku atšķirīgais disciplinārais fons, izpētes mērķi, pat pētījuma apjoms [Gambier 2010: 412]; paša termina un tuvu terminu nozīmju atšķirības [Jääskeläinen 2009]; dažādu pētnieku atšķirīgās pieejas [Owji 2013]; arī paļaušanās uz polisemantiskā vārda “stratēģija” leksiskās nozīmes (šķietamo) pašsaprotamību. Par vēl vienu iemeslu var nosaukt arī pētnieku pašprezentāciju [Milevica 2020a], [Милевич 2020]: zinātniskajos rakstos tulkošanas stratēģijas jēdziens mēdz būt lietots zinātniskā raksta reprezentācijas pozīcijās: nosaukumā, anotācijā, atslēgas vārdos, bet pašā zinātniskajā rakstā netiek definēts, arī bieži vien zinātniskā raksta tekstā tiek sinonimizēts ar jēdzieniem paņēmiens, procedūra, tehnika u. c. [Milevica 2020], [Милевич 2020], [Милевич 2021].

Šādi vairāku iemeslu piemēri atrodami promocijas darbā “Latviešu atdzeja padomju periodā: kultūras tulkojums un tulkošanas stratēģijas” [Šteinbergs 2023], kurā jēdziens “tulkošanas stratēģija” tiek lietots reprezentatīvajās teksta pozīcijās: promocijas darba nosaukumā un promocijas darba mērķī (“izstrādāt teorētiski pamatotu un daudzdimensionālu raksturojumu latviešu atdzejas procesu, fenomenu un atdzejotāju lietoto stratēģiju specifikai padomju periodā, izmantojot kultūras studiju un tulkošanas studiju starpdisciplināras pieejas” [Šteinbergs 2023: 11]. Taču tulkošanas stratēģijas definīcijas promocijas darbā nav; līdz ar to nav nošķirti vairāki jēdzieni: tulkošanas stratēģija un tulkotāja stratēģija; tulkošanas stratēģija un tulkošanas pieeja, tulkošanas paņēmiens, tulkošanas tehnika (piem., tekstā lietoti bez definīcijas jēdzieni “paņēmiens” un “tehnika”: “Ņemot vērā, ka šis – tāpat kā lielākā daļa Montas Kromas tulkotās dzejas – visdrīzāk bijis pasūtījuma darbs, un autore nav atstājusi liecības par atdzejas tehnikas [šeit un tālāk citātos pasvītrojums mans – I. M.] izvēli vai citus komentārus par atdzejas paņēmienu un tulkotājas izpratni par tulkotājas darbu” [Šteinbergs 2023: 145]; tulkošanas stratēģija un tulkošanas taktika (piem., tekstā bez nošķiršanas lietotie jēdzieni “tulkošanas stratēģija” un “tulkošanas taktika”: “Knuts Skujenieks izvirza īpaši augstas prasības atdzejotājiem

un praksē ievieš stratēģiju, kas neizvēlas starp divām, savstarpēji izslēdzošām poētiskās taktikas opcijām”) [Šteinbergs 2023: 158]. Iespējamie iemesli šeit meklējami gan promocijas darba autora disciplinārajā fonā (literatūrzinātne), kas noteikusi pētnieka pieeju, tuvu terminu nozīmju atšķirību neformulēšanā (bet citu – disciplinārajam fonam tuvāku – definēšana un atšķirību formulēšana – piem., dekonstrukcijas definīcija [Šteinbergs 2023: 36]), pētnieka pašprezentācijā, kā arī iespējamā paļaušanās uz vārda “stratēģija” leksiskās nozīmes pašsaprotamību.

Neskatoties uz šo vārda pašsaprotamību (piem., ‘ kaut kas saistīts ar plānošanu’), pētījumam ir nepieciešams skaidrs redzējums par to, ko šis (vai jebkurš cits) termins nozīmē un vai kādām iezīmēm atbilst. Saskaņā ar [Sun 2013], tulkošanas stratēģijai ir raksturīgas vairākas iezīmes: “a) tā ir vērsta uz mērķi, (b) tā ir vērsta uz problēmām, (c) tā prasa saskaņotu lēmumu pieņemšanu, (d) tā ir potenciāli apzināta, un (e) tā ietver manipulācijas ar tekstu” [Sun 2013]. Tādā interpretācijā tulkošanas stratēģija realizējas galvenajam mērķim pakārtotajās darbībās, ko nosaka tulkošanas taktikas, kuras, pakļaujoties galvenajam stratēģijas mērķim, pilda noteiktu uzdevumu vai risina atsevišķu problēmu, kuras realizēšanā var būt izmantoti vairāki tulkošanas paņēmieni, kas realizē manipulācijas ar tekstu.

Tulkošanas stratēģijas pētījumu lokā atrodamas arī problēmas ar pētījumos izmantotajām klasifikācijām un izmantoto pētīšanas materiālu, kura starpā nav sastopami homonīmu (t. sk. homonīmu spēlfilmu nosaukumos) pētījumi, neskatoties uz to, ka šis AVT materiāls ir ne tikai plaši pārstāvēts AVT diskursā, bet arī cieši saistīts ar aktuālajiem taktiskiem tulkošanas risinājumiem: kā tulkot vienādus spēlfilmu nosaukumus – vai tulkot vienādi vai tomēr atšķirīgi? Kādos gadījumos tulkot vienādi, kādos – atšķirīgi? Kādi priekšnosacījumi ir šādiem taktiskiem risinājumiem?

Teorētiskās literatūras apskats

Audiovizuālās tulkošanas jomā nereti parādās apzīmējums *transcreation* [Katan 2016], ar šādu vārdveides palīdzību tiek uzsverts radošums kā viena no svarīgākajām šīs profesionālās komunikācijas iezīmēm. Taču, kad tiek rakstīts par audiovizuālo (un ne tikai) tekstu tulkotāju radošumu, tad bieži vien uzmanība tiek veltīta vārdu spēles tulkošanai, humora un ironijas tulkošanai (vietā un nevietā izmantojot vārdu “problēma” – *vārdu spēles tulkošanas problēma, ironijas tulkošanas problēma*). Tā plaši izpētītas tulkošanas stratēģijas un audiovizuālo tekstu humors: promocijas darbos [Fathy 2019], [Mikolčić 2021], [Rejeibi 2023], monogrāfijās [Dore 2019], [Rey 2022] un to nodaļās [Bucaria 2017], [Mateo, Zabalbeascoa 2019], arī zinātniskajos rakstos [Hashemian, Farhang 2021], [Veiga 2009]. Arī tulkošanas stratēģijas un audiovizuālo tekstu vārdu spēļu materiāls: promocijas darbos [Schauffler 2012], [Vandekar 2023], monogrāfijās [Bertell 2014] un zinātniskajos rakstos [Williamson, Ricoy 2014], [Fithri, Suyudi 2019]. Tikpat plaši izpētītas tulkošanas stratēģijas un

audiovizuālo tekstu metaforas: promocijas darbos [Lajali 2016], [Listov 2017], monogrāfijās [Iranmanesh 2014] un zinātniskajos rakstos [Al-Adwan, Al-Jabri 2023], [Pedersen 2015], [Shintemirova 2023].

Savukārt homonīmija (“Vienas valodas divu vai vairāku dažādas nozīmes vārdu izrunas un rakstības vienādība” [tezaurs.lv]) AVT kontekstā tiek minēta ārkārtīgi reti. Tā, *Google Scholar* pēc atslēgas vārdiem *Homonymy+AVT* (arī *Same/similar title + AVT*, arī *Translation strategy + homonymy*) neparādās neviena zinātniskā raksta par audiovizuālo tekstu homonīmiem nosaukumiem, bet parādās zinātniskie raksti, kas veltīti vārdu spēles un humora tulkošanas problēmām audiovizuālajos tekstos un to tulkojumos, kā arī zinātniskie raksti par leksikas nacionālo specifiku, arī par alūzijām u. c. Savukārt pēc atslēgas vārdiem *Creativity+AVT* meklēšanas rezultāti atspoguļo zinātniskos rakstus par audiovizuālo tekstu izmantošanu svešvalodu mācīšanā, arī par iekļaujošās tulkošanas specifiku, fanu tulkojumiem un atkal par vārdu spēli un humora audiovizuālo tekstu tulkošanas specifiku.

Mūsdienu homonīmu un homonīmijas pētījumi nereti tiek lūkoti leksikogrāfijas aspektā un valodu pasniegšanas aspektā, arī t. s. audiovizuālajā tekstā, piem., [Brezolin, Spinetti 2021], kā arī [Cavaliere 2022], kas analizē mācīšanās metodes un netulkojamības jautājumus, pie kuriem daļēji pieder arī audiovizuālā teksta homonīmija; un svarīgi ir tas, ka skatītais konteksts joprojām ir humora un vārdu spēles konteksts. Savukārt [Camilli 2019] pievēršas jautājumiem par joku un tā tulkojamību, atzīmējot, ka homonīmija ir viena no kalambūra valodiskajām pazīmēm [Camilli 2019: 82].

Homonīmijas gadījumus ir sarežģīti analizēt arī tāpēc, ka vairākas tulkošanas stratēģijas klasifikācijas neparedz homonīmu nosaukumu tulkošanas gadījumus. 1991.–2020. g. trijos rakstu krājumos, kas veltīti dažādiem valodas aspektiem (Latvijas Universitātes ikgadējās zinātniskās konferences rakstu krājums, Daugavpils Universitātes rakstu krājums “Valoda dažādu kultūru kontekstā” un Liepājas Akadēmijas/Universitātes rakstu krājums “Vārds un tā pētīšanas aspekti”) konstatēti pieci zinātniskie raksti, kas tika veltīti audiovizuālajai tulkošanai un/vai tulkošanas stratēģijas pētījumiem:

1. Jānis Sīlis. Filmu tulkošana: oriģinālteksta atveides problēmas mērķvalodā. *Vārds un tā pētīšanas aspekti*. LiePa, 2006 (10), 346.–353. lpp.
2. Daugēlaitē, Vytautė, Jankauskaitė, Aušra. Use of Translation Strategies in Lithuanian Translation of National Geographic: Analysis of the Effect on Target Readers Understanding of Translated Text. *VALODA – 2013 Valoda dažādu kultūru kontekstā*. DU, 2013, pp. 103–118.
3. Daugēlaitė, Vytautė, Jankauskaitė, Aušra. Analysis of Strategic Choices in Lithuanian Translations of National Geographic Headlines, *VALODA – 2014 Valoda dažādu kultūru kontekstā*. DU, 2014, pp. 100–113.

4. Daugėlaitė, Vytautė, Jankauskaitė, Aušra. Application of Addition and Omission Translation Strategies in Lithuanian Translation of Subheadings and Captions in National Geographic Articles, *VALODA – 2016 Valoda dažādu kultūru kontekstā*. DU, 2016, pp. 59–67.
5. Alosevičienė, Eglė. Zu den Verfahrensstrategien bei der Übersetzung von Heckenausdrücken. *Valoda dažādu kultūru kontekstā*, DU, 2009, pp. 77–87.

Četros zinātniskajos rakstos tika izmantotas dažas tulkošanas stratēģiju klasifikācijas (J. Siļa zinātniskajā rakstā tulkošanas stratēģiju klasifikācijas netika izmantotas): *Davies, E.E. A Goblin or a Dirty Nose? The Translator: Studies in Intercultural Communication 9 (I), 2003, pp. 65–100* [Daves 2003]; *Baker, M. In Other Words: a Coursebook on Translation. London & NY: Routledge, 1992, pp. 22–42* [Baker 1992]; *Schreiber M. Übersetzung und Bearbeitung. Zur Differenzierung and Abgrenzung des Übersetzungsbegriffs. Tübingen: Narr, 1993* [Schreiber 1993]. Visas izmantotās tulkošanas stratēģiju klasifikācijas drīzāk atbilst tulkošanas paņēmieni klasifikācijām, jo realizē manipulācijas ar tekstu (bet nerealizē citas tulkošanas stratēģijas iezīmes), un to pamatā ir vienkāršas loģiskas operācijas: *preservation, addition, omission, localization, transformation* [Daves 2003] un [Baker 1992]; *substitution (word-by-word and synonymic cases of translation), elimination, complementation, neutralization, paraphrasing, antonymic translation, and perspective change* [Schreiber 1993]. Visos nosauktajos zinātniskajos rakstos homonīmijas jautājums netiek skatīts (netiek paredzēts). Nenoliedzami, mūsdienu audiovizuālā teksta tulkojums iziet “ārpus tekstacentriskā fokusa ietvara pie apzinātās tulkošanas” [Katan 2018: 61], un šādas tulkošanas stratēģiju klasifikācijas jau zaudē savu aktualitāti. Līdz ar to ir jāmeklē citi pētnieciski instrumenti audiovizuālā teksta un tā tulkojumu analīzei.

Pētījuma metodoloģija un materiāls

Pētījumam tika atlasīti homonīmi spēlfilmu nosaukumi (1991.–2020. g. ASV ražotās spēlfilmās) starptautiskajā filmu datubāzē *imdb.com*. Pētījuma mērķis – noteikt no 1991. līdz 2020. gadam ražoto ASV spēlfilmu – homonīmu spēlfilmu – nosaukumu skaitu un konstatēt to galvenās tulkošanas tendences. Izmantotās metodes ir statistikas un sastatāmā analīze.

Iepriekšējie pētījumi ir atklājuši, ka spēlfilmu nosaukumi latviešu un krievu valodā var būt efektīvi skatīti ar divu saskaņotu tulkošanas taktiku, kas pakļautas kopējai adaptācijas tulkošanas stratēģijai, palīdzību: 1) tulkošanas taktika, kas ir saistīta ar precedenta fenomenu tulkošanu, proti, spēlfilmu nosaukumu tulkošana saistīta ar uzdevumiem tulkot ekranizācijas, rimeikus un turpinājumus, 2) tulkošanas taktika, kas ir saistīta ar uzdevumiem tulkot ne-precedenta (oriģinālās) spēlfilmās. Adaptācijas tulkošanas stratēģijas mērķis ir pielāgot oriģinālos spēlfilmu nosaukumus citas kultūras valodai, kas ietver vairāku problēmu risināšanu, un kam nepieciešami

saskaņoti daudzos (diskursa, teksta) līmeņos lēmumi un vairākas saskaņotas konkrētas manipulācijas ar tekstu (piem., personvārdu, izteikmes līdzekļu, citātu utt. tulkošanā).

Pirmā taktika un tās izmantošanas rezultātā veidotie spēlfilmu nosaukumu tulkojumi šajā rakstā netiek skatīti, jo ekranizācijas, rimeika un turpinājuma spēlfilmu nosaukumi bieži (bet ne vienmēr) ir homonīmi ar oriģinālo darbu, attiecīgi veido savstarpējās attiecības pēc citiem principiem. Piem., ekranizāciju nosaukumu tulkojumi parasti izmanto centripetāla virziena principu tulkošanas taktikā, proti, ekranizācijas nosaukums tiecas uz ekranizējamā romāna nosaukumu. Piem., *Anna Karenina* (Bernard Rose, 1997) tulkots kā *Anna Kareņina*, Анна Каренина (kr. *Anna Kareņina*), tāpat arī citas Ļ. Tolstoja romāna ekranizācijas (1915., 1918., 1935., 1948., 1967., 1985., 2012. g. u. c.).

Pētījumā tika aplūkoti 1300 (2336 kopā ar precedenta grupas spēlfilmu nosaukumiem) oriģinālu spēlfilmu nosaukumi. Pie homonīmiem netika pieskaitīti raidierakstu, seriālu, dokumentālo filmu, arī animācijas filmu un videospēļu nosaukumi (šis ir plašāka diskursa jautājums); attiecīgi homonīmija tika konstatēta tikai starp spēlfilmu nosaukumiem.

Pētījuma rezultāti

Statistiskā analīze parādīja, ka no visa aplūkotā materiāla – **1300** (1991.–2000. g.: **375**; 2001.–2010. g.: **725**; 2011.–2020. g.: **200**) (**2336** kopā ar precedenta grupu) **323** oriģinālo spēlfilmu nosaukumiem bijuši homonīmi nosaukumi (1991.–2000. g.: **103**; 2001.–2010. g.: **164**; 2011.–2020. g.: **56**), proti, 24,84%. Jāpiezīmē, ka šie homonīmi spēlfilmu nosaukumi attiecināmi gan uz pagājušo gadu spēlfilmu nosaukumiem, gan uz nākamo gadu spēlfilmu nosaukumiem. 1., 2. un 3. tabulā ir atspoguļoti statistiskās analīzes rezultāti pa desmitgadēm.

1. tabula

1991.–2000. g. ASV ražoto spēlfilmu nosaukumu homonīmu skaits

Oriģinālās spēlfilmas relīzes gads – žanra adaptācijas grupas filmu skaits gadā (kopējais spēlfilmu skaits gadā)	Homonīmu nosaukumu skaits desmitgadē (procentos no kopējā desmitgades homonīmu skaita un kopējā 30 gadu skaita)	Homonīmu nosaukumu procents no žanra adaptācijas grupas filmu nosaukumu skaita un kopējā spēlfilmu nosaukumu skaita gadā
1991. g. – 20 (38)	2 (1,94% un 0,61%)	10% (5,26%)
1992. g. – 31 (43)	9 (8,73% un 2,78%)	29,03% (20,93%)
1993. g. – 32 (55)	3 (2,91% un 0,92%)	9,3% (5,45%)
1994. g. – 30 (62)	9 (8,73% un 2,78%)	30% (14,51%)
1995. g. – 29 (58)	13 (12,62% un 4,02%)	44,82% (22,41%)
1996. g. – 44 (67)	19 (18,44% un 5,88%)	43,18% (28,35%)

1997. g. – 47 (76)	13 (12,62% un 4,02%)	27,65% (17,10%)
1998. g. – 44 (78)	8 (7,76% un 2,47%)	18,18% (10,25%)
1999. g. – 46 (76)	10 (9,70% un 3,09%)	21,73% (13,15%)
2000. g. – 52 (79)	17 (16,50% un 5,26%)	32,69% (21,51%)
Kopā – 375 (632)	Kopā – 103 (100% un 31,88%)	Vidējais – 26,6% (15,89%)

2. tabula

2001.–2010. g. ASV ražoto spēlfilmu nosaukumu homonīmu skaits

Orģinālās spēlfilmu relīzes gads – žanra adaptācijas grupas filmu skaits gadā (kopējais spēlfilmu skaits gadā)	Homonīmu nosaukumu skaits desmitgadē (procentos no kopējā desmitgades homonīmu skaita un kopējā 30 gadu skaita)	Homonīmu nosaukumu procents no žanra adaptācijas grupas filmu nosaukumu skaita un kopējā spēlfilmu nosaukumu skaita gadā
2001. g. – 73 (97)	21 (12,80% un 6,50%)	28,76% un 21,64%
2002. g. – 55 (87)	12 (7,31% un 3,71%)	21,81% un 13,79%
2003. g. – 71 (117)	20 (12,19% un 6,19%)	28,16% un 17,09%
2004. g. – 60 (107)	14 (8,53% un 4,33%)	23,33% un 13,08%
2005. g. – 67 (110)	15 (9,14% un 4,64%)	22,38% un 13,63%
2006. g. – 82 (135)	16 (9,75% un 4,95%)	19,51% un 11,85%
2007. g. – 123 (182)	23 (14,02% un 7,12%)	18,69% un 12,63%
2008. g. – 92 (143)	14 (8,53% un 4,33%)	15,21% un 9,7%
2009. g. – 61 (112)	11 (6,70% un 3,40%)	18,03% un 9,73%
2010. g. – 41 (84)	18 (10,97% un 5,57%)	43,90% un 21,42%
Kopā – 725 (1174)	Kopā – 164 (100% un 50,77%)	Vidējais 23,97% (12,75%)

3. tabula

2011.–2020. g. ASV ražoto spēlfilmu nosaukumu homonīmu skaits

Orģinālās spēlfilmu relīzes gads – žanra adaptācijas grupas filmu skaits gadā (kopējais spēlfilmu skaits gadā)	Homonīmu nosaukumu skaits desmitgadē (procentos no kopējā desmitgades homonīmu skaita un kopējā 30 gadu skaita)	Homonīmu nosaukumu procents no žanra adaptācijas grupas filmu nosaukumu skaita un kopējā spēlfilmu nosaukumu skaita gadā
2011. g. – 26 (74)	7 (12,5% un 2,16%)	26,92% un 9,45%
2012. g. – 30 (69)	11 (19,64% un 3,40%)	36,66% un 15,94%
2013. g. – 28 (64)	8 (14,28% un 2,47%)	28,57% un 12,5%
2014. g. – 23 (64)	7 (12,5% un 2,16%)	30,43% un 10,93%
2015. g. – 21 (47)	9 (16,07% un 2,78%)	42,85% un 19,14%
2016. g. – 10 (38)	1 (1,78% un 0,30%)	10% un 2,63%

2017. g. – 18 (46)	2 (3,57% un 0,61%)	11,11% un 4,34%
2018. g. – 13 (46)	4 (7,14% un 1,23%)	8,69% un 30,76%
2019. g. – 17 (45)	3 (5,35% un 0,92%)	6,66% un 17,64%
2020. g. – 14 (37)	4 (7,14% un 1,23%)	10,81% un 28,57%
Kopā – 200 (530)	Kopā – 56 (100% un 17,33%)	Vidējais 21,27% (15,19%)

Ja precedentā fenomēnu grupas spēlfilmu (ekranizācijas, rimeiki un turpinājumi) nosaukumu tulkojumiem tulkošanas taktikas virziens parasti ir centripērāls, tad var pieļaut, ka ne-precedenta spēlfilmu nosaukumu tulkošanas taktikai vajadzētu būt centrībēdes virzienam, ko daļēji apliecina pētījuma materiāls. Piem., sal. dažādus risinājumus vienas tulkošanas taktikas ietvaros 1992. g. spēlfilmas nosaukumam: *House Sitter* (*Frank Oz, 1992*) – *Mājas saimniece, Домохозяйка* un 2007. g. spēlfilmas nosaukuma tulkošanas risinājumu: *The House Sitter* (*Christopher Leitch, 2007*) – nav latviešu tulkojuma, *Домашний сторож*. Cits piemērs: *Bad Boys* (*Michael Bay, 1995*) tulkots šādi: *Sliktie puīši, Плохие парни*, bet homonīms nosaukums *Bad Boys* (*Rick Rosenthal, 1983*) tulkots jau šādi: *Плохие мальчики* (nav latv. tulkojuma).

Salīdzināmā analīze atklāja vairākas iezīmes un tendences homonīmu spēlfilmu nosaukumos un to tulkojumos. Spēlfilmu nosaukumiem var būt no viena līdz astoņiem homonīmiem (kopā ar oriģinālo attiecīgi – deviņi nosaukumi). Piem., astoņi homonīmi: *Stay* (*Marc Forster, 2005*) un *Stay* (*Bobcat Goldthwait, 2006*), *Stay* (*Brandon Walker, 2021*), *Stay* (*Christopher James Cramer, 2017*), *Stay* (*Jon Turteltaub, 2015*), *Stay* (*Bel Fyson, b/g*), *Stay* (*Marcus White II, 2017*), *Stay* (*Hellene Alabi-Williams, 2018*), *Stay* (*John Mason, 2018*). Sk. 4. tabulā apkopotu informāciju par homonīmu skaitu spēlfilmu nosaukumiem.

4. tabula

Homonīmu skaits vienam spēlfilmas nosaukumam

Homonīmu skaits	1991.–2000. g.	2001.–2010. g.	2011.–2020. g.	Kopā
Viens homonīms	71	102	22	195
Divi homonīmi	18	29	17	64
Trīs homonīmi	11	17	9	37
Četri homonīmi	2	5	4	11
Pieci homonīmi	1	6	–	7
Seši homonīmi	–	3	3	6
Septiņi homonīmi	–	1	1	2
Astoņi homonīmi	–	1	–	1
Kopā	103	164	56	323

Homonīmi spēlfilmu nosaukumi biežāk tiek tulkoti atšķirīgi nekā vienādi. 5. tabulā ir atspoguļoti pētījuma rezultāti par to, cik bieži sastopami atšķirīgi un vienādie homonīmu spēlfilmu nosaukumu tulkojumi.

5. tabula

Homonīmu nosaukumu atšķirīgais tulkojums

Tulkojumu veidi	1991.–2000. g.	2001.–2010. g.	2011.–2020. g.	Kopā
Atšķirīgi tulkojumi (ja kaut vienam spēlfilmu nosaukumam ir atšķirīgs tulkojums)	27	62	22	111
Vienādi tulkojumi (ja nevienam spēlfilmu nosaukumam nav atšķirīgs tulkojums)	35	24	9	68
Nav tulkojumu (ja visiem spēlfilmu nosaukumiem nav tulkojuma)	41	78	25	144
Kopā	103	164	56	323

Homonīmiem spēlfilmu nosaukumiem var būt vienāds tulkojums, un tas ne vienmēr ir saistīts ar to, ka oriģinālo nosaukumu veido, piem., viens īpašvārds vai monosemantiska leksēma. Tā spēlfilmu nosaukumi, kurus veido dažādi precedentu fenomenī (parunas, idiomās, arī dziesmu nosaukumi vai to rindas utt.), visbiežāk būs vienādi tulkoti. Piem., *Forever Young* (Steve Miner, 1992) – nosaukums, kurā iekļauta atsauce uz 1984. g. dziesmu, ko izpildīja vācu grupa *Alphaville*, tiek tulkots burtiski abās valodās: *Мүжīgi jauns, Вечно молодой*; un tieši tāpat tiek tulkots homonīms spēlfilmas nosaukums *Forever Young* (Harry C. Hunter, 1991) – *Вечно молодой* (nav tulkojuma latviešu valodā). Cits piemērs: spēlfilmas nosaukumā izmantotā idioma (sāsināta forma no frāzes *The truth, the whole truth and nothing but the truth*, kuru parasti izmanto kā zvērestu liecinieki, kas sniedz liecību tiesā): *Nothing But the Truth* (Rod Lurie, 2008) tiek tulkota kā *Patiesības cena, Ничего, кроме правды* (daļa no frāzes *Клянусь говорить правду, только правду и ничего кроме правды* – liecinieku zvērests tiesas zālē), tāpat ir tulkoti arī citi homonīmi nosaukumi krievu valodā: *Nothing But the Truth* (Elliott Nugent, 1941) – *Ничего, кроме правды* (nav tulkojuma latviešu valodā), *Nothing But the Truth* (Michael Switzer, 1995) – *Ничего, кроме правды* (nav tulkojuma latviešu valodā), *Nothing But the Truth* (Brad White, 2000) – *Ничего кроме правды* (nav tulkojuma latviešu valodā).

Jo hronoloģiski agrāks ir filmas tulkojums, jo lielāka ir varbūtība, ka tulkojums būs t. s. burtiskais. Piem., sal., 1933. g. spēlfilmas nosaukums *Morning Glory* (Lowell Sherman, 1933) – *Agrā slava, Ранняя слава* un vēlākas 2010. g. spēlfilmas homonīms nosaukums *Morning Glory* (Roger Michael, 2010) – *Spožais rīts, Доброе утро*. Jāpiemietina, ka *Morning Glory* ir bagāts precedenta teksts ASV populārajā kultūrā: tāds ir 1995. g. grupas *Oasis* dziesmas nosaukums, arī Džūlijas Londonas (*Julie London*) 1961. g. daļa no dziesmas nosaukuma (*What's Your Story Morning Story*), un pēdējais precedents, iespējams, kļuva par iedvesmu nosaukumam komēdijai par rīta ziņu dienesta darbiniekiem.

Burtisks tulkojums var būt izmantots arī gadījumā, ja spēlfilmas nosaukumos tiek realizētas atšķirīgas nozīmes, piem., tiešā un pārnēstā nozīme. Sal., sarunvalodas pārnēstā nozīme “nakts lidojums” [<https://dictionary.cambridge.org/dictionary>] izmantota trillera par notikumiem nakss avioreisā Dallasa–Maiami nosaukumā: *Red Eye* (Wes Craven, 2005) – *Nakts reiss, Ночной рейс*, bet šausmu filmai par Rietumu Virdžīnijas mežu leģendu Sarkano aci – mežsargu, kurš nogalinājis savu ģimeni un apdraud visus, kas viņu vēlas uzmeklēt – tulkojums līdz ar to ir burtisks: *Red Eye* (Tristan Clay, 2017) – *Красный глаз* (nav latviešu tulkojuma).

Analīze arī parādījusi, ka spēlfilmu nosaukumi bieži vien ietver sevī kāda konkrēta žanra konceptuālajiem marķējumiem. Konceptuālie marķējumi ir leksiski gramatiskas valodas realizācijas konkrētam žanram raksturīgiem konceptiem, piem., šausmu spēlfilmām ir izplatīti tādi konceptuāli marķējumi kā *asinis, upurs (pus)nakts*, komēdijai – *ballīte, neveiklība, randiņš, skūpstis, smieklis*.

Gadījumos, ja spēlfilmas ar homonīmiem nosaukumiem pieder pie atšķirīgajiem žanriem, tad tulkojumos bieži vien parādās ne-homonīmi risinājumi, kuros tiek izmantoti konceptuālie žanra marķējumi tādi, lai veidotos *žanriskā* distance starp spēlfilmām. Piem., romantiskās komēdijas *Employee of the Month* (Greg Coolidge, 2006) gan latviešu, gan krievu tulkojumos iekļauts romantiskas žanram svarīgs marķējums “randiņš”: *Mans sapņu randiņš, Свидание моей мечты*; bet drāmas un komēdijas *Employee of the Month* (Mitch Rouse, 2004) tulkojumos iekļauts drāmas žanram svarīgs “varoņa” marķējums: *Mēneša labākais darbinieks, Герой месяца. Ģimenes komēdijas Beautiful Girl* (Douglas Barr, 2003) tulkojumi ir šādi: *Brīnišķīgā meitene, Прекрасная девушка*, bet drāmas par pornofilmu aktrisi *Beautiful Girl* (Stevie Long, 2014) tulkojums krievu valodā (nav latviešu tulkojuma) izmanto drāmas galvenā personāža apzīmējumu: *Порнозвезда*.

Gadījumos, kad spēlfilmu ar homonīmiem nosaukumiem žanrs ir viens un tas pats, piem., romantika, tad tulkojumā var būt novērota sinonīmu izmantošana, lai izveidotu minimālu distanci tulkojumā starp spēlfilmām ar homonīmiem nosaukumiem. Piem., romantika un komēdijdrāma *Mad Love* (Antonia Bird, 1995) – *Trakā tīla, Дикая любовь*; un romantika un šausmu filma *Mad Love* (Karl Freund, 1935) –

Безумная любовь (nav tulkojuma latviešu valodā). Cits piemērs: spraiga sižeta trilleris, šausmu filma *Greed* (2 *Ron Wolotzky*, 2006) – *Skorums*, *Жадность* un 1924. g. arī trillera, vesterna, drāmas homonīms nosaukums *Greed* (*Erich von Stroheim*, 1924) – *Alkatība*, *Алчность*.

Secinājumi

Spēlfilmu homonīmi nosaukumi nav reta vai margināla parādība oriģinālo spēlfilmu nosaukumos: statistiskā analīze parādījusi, ka trešdaļai (24,84%) oriģinālo spēlfilmu nosaukumu ir homonīmi. Spēlfilmu nosaukumiem var būt līdz pat astoņiem homonīmiem, un homonīmi spēlfilmu nosaukumi biežāk tiek tulkoti atšķirīgi nekā vienādi, kas var nozīmēt AVT tulkoātāju apzinātu taktisku lēmumu attiecībā uz oriģinālo spēlfilmu homonīmiem nosaukumiem. Spēlfilmu nosaukumi, kurus veido dažādi precedentu fenomeni (parunas, idiomās, dziesmu nosaukumi utt.), visbiežāk tiek vienādi tulkoti. Jo hronoloģiski agrāks ir filmas tulkojums, jo lielāka ir varbūtība, ka tas tiks tulkots burtiski.

Spēlfilmu nosaukumos mēdz būt ietverti kāda konkrēta žanra konceptuāli marķējumi. Gadījumos, ja spēlfilmās ar homonīmiem nosaukumiem pieder pie atšķirīgiem žanriem, tad tulkojumos bieži vien parādās ne-homonīmi risinājumi, kuros tiek izmantoti tādi konceptuālie žanra marķējumi, lai veidotos *žanriskā* distance. Gadījumos, kad spēlfilmu ar homonīmiem nosaukumiem žanrs ir viens un tas pats, tulkojumā var būt novērota sinonīmu izmantošana, lai izveidotu minimālu distanci tulkojumā starp spēlfilmām ar homonīmiem nosaukumiem.

Šāda homonīmu spēlfilmu nosaukumu materiāla analīze nav iespējama, ja tā analizē ar [Daves 2003], [Baker 1992] vai [Schreiber 1993] vai līdzīgu tulkošanas stratēģiju klasifikāciju palīdzību. Ja spēlfilmu nosaukumu un to tulkojumu analīzē izmanto adaptācijas tulkošanas stratēģijas un tai pakļauto tulkošanas taktikas (šajā gadījumā adaptācijas žanram tulkošanas taktiku) jēdzienus, tad iespējams ne tikai iekļaut materiālu par homonīmiem oriģinālajiem nosaukumiem, bet arī iziet “ārpus tekstcentriskā fokusa ietvara pie apzinātās tulkošanas” [Katan 2018: 61].

Izmantotie avoti

- Al-Adwan, A., & Al-Jabri, H. (2023). The dilemma of subtitling Arabic metaphors into English: Pedagogical and practical perspectives. *Ampersand*, 10, pp. 100–108.
- Alosevičienė, E. (2009). Zu den Verfahrensstrategien bei der Übersetzung von Hecken ausdrücken. *Valoda dažādu kultūru kontekstā*. DU, pp. 77–87.
- Baker, M. (1992). In *Other Words: a Coursebook on Translation*. London & NY: Routledge, pp. 22–42.

- Bucaria, C. (2017). Audiovisual translation of humor. In: *The Routledge handbook of language and humor*. Routledge, pp. 430–443.
- Bertell, E. (2014). Translation of wordplay and allusions: the Finnish subtitling of Blackadder.
- Brezolin, A, Spinetti, T. de P. B. (2021). Creativity and Translator and Training: Investigating Wordplays in American Sitcom 2 Broke Girls Subbled into Brailian Portuguese. *European Journal of Literature, Language and Linguistics Studies*, [S.l.], v. 5, n. 2, aug. 2021. Pieejams: <https://oapub.org/lit/index.php/EJLLL/article/view/272> (skatīts 12.01.2024.)
- Cavaliere, F. (2022). Coping with untranslatability in AVT. *MediAzioni*, 34(1), A142-A164. Pieejams: <https://doi.org/10.6092/issn.1974-4382/15523> (skatīts 12.01.2024.)
- Cambridge Dictionary* (b/g). Pieejams: <https://dictionary.cambridge.org/> (skatīts 15.04.2024.)
- Camilli, L. (2019). The dubbing of wordplay: The case of A touch of cloth. *Journal of Audiovisual Translation*, 2(1), pp. 75–103.
- Chesterman, A. (1997). *Memes of Translation: The Spread of Ideas in Translation Theory*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, pp. 92–112.
- Česterments, E. (2019). *Tulkošanas mēmi: Ideju izplatīšanās tulkošanas teorijā*. Papildizdevums. Rīga: LU.
- Daugēlaitē, V., Jankauskaitē, A. (2013). Use of Translation Strategies in Lithuanian Translation of National Geographic: Analysis of the Effect on Target Readers Understanding of Translated Text. *VALODA – 2013 Valoda dažādu kultūru kontekstā*. DU, pp. 103–118.
- Daugēlaitē, V., Jankauskaitē, A. (2014). Analysis of Strategic Choices in Lithuanian Translations of National Geographic Headlines, *VALODA – 2014 Valoda dažādu kultūru kontekstā*. DU, pp. 100–113.
- Daugēlaitē, V., Jankauskaitē, A. (2016). Application of Addition and Omission Translation Strategies in Lithuanian Translation of Subheadings and Captions in National Geographic Articles, *VALODA – 2016 Valoda dažādu kultūru kontekstā*. DU, pp. 59–67.
- Davies, E. E. (2003). A Goblin or a Dirty Nose? *The Translator: Studies in Intercultural Communication*, 9 (I), pp. 65–100.
- Dore, M. (2019). *Humour in audiovisual translation: Theories and applications*. Routledge.
- Fathy, M. A. (2019). *Investigating the Translation Strategies of Verbal Irony in the Dubbed Version of The Simpsons: The Case of Aal Shamsboon* (Doctoral dissertation, University of Alexandria (Egypt)).

- Fithri, A., & Suyudi, I. (2019). English Wordplay Translation into Indonesian in the Subtitle of Friends Television Series. *CaLLs: Journal of Culture, Arts, Literature, and Linguistics*, 5(1), pp. 25–38.
- Gambier, Y. (2010). Translation strategies and tactics. *Handbook of translation studies*, 1, pp. 412–418.
- Hashemian, M., & Farhang-Ju, M. (2021). Analysis of translation of audiovisual humor in Iranian series. *International Journal of Research in English Education*, 6(1), pp. 64–76.
- Iranmanesh, A. (2014). *Translation of metaphors into Persian in the subtitling of American movies*. University of Malaya (Malaysia).
- Jääskeläinen, R. (2009). Looking for a working definition of translation strategies. *Mees, IM; F. Alves & S. Göpferich (eds.)*, pp. 375–387.
- Jalali, M. (2016). Frequent translation strategies used by Iranian translators in subtitles to translate metaphors.
- Katan, D. (2018). “Free free ... set them free”: What deconstraining subtitles can do for AVT. *Linguistic and Cultural Representation in Audiovisual Translation*. New York: Routledge, pp. 63–84.
- Katan, D. (2016). Translation at the Cross-Roads: Time for the Transcreational Turn? *Perspectives*, 24, 3, pp. 365–381.
- Listov, A. (2017). *Translation of conceptual metaphors in subtitles of sports films* (Doctoral dissertation, Kauno technologijos universitetas).
- Mateo, M., & Zabalbeascoa, P. (2019). Translation and humour. In: *The Routledge handbook of Spanish translation studies*. Routledge, pp. 139–156.
- Mikolčić, M. (2021). *Problems and Strategies of Translating Humor in Subtitling: Case Study of Friends* (Doctoral dissertation, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek. Faculty of Humanities and Social Sciences. Department of English Language and Literature).
- Milevica, I. (2020). One Possibility to Study National Values in Audiovisual Translation Research. *Journal of the Modern Education & Research Institute*, Nr. 14 (2020), pp. 39–41.
- Milevica, I. (2020a). On Non-existent of Audiovisual Translation Studies in Latvia (According to Material of Scientific Paper collection). *Modernization of Teaching Profession: Approaches, Best practices, Challenges. Scientific Journal of the Modern Education & Research Institute*. Nr. 12 (2020), pp. 23–26.
- Милевич, И. (2020). Стратегия перевода: средство самопрезентации автора научной публикации? *Acta Universitatis Lodzensis. Folia Linguistica Rossica*, 19, pp. 103–111.

- Милевич, И. (2021). Исследования стратегии перевода: к проблеме метода исследования *Мова: Науково-теретический часопис з мовознавства*. № 35, Одеса «Астропринт», pp. 221–224.
- Милевич, И. (2022). К вопросу о характеристике наивного переводоведения в картине мира *Conferința științifico-practică internațională "Știință. Educație. Cultură"*: 31-ая годовщина Комратского государственного университета: Сборник статей, Комрат: КГУ, A&V Poligraf, pp. 238–243.
- Owji, Z. (2013). Translation Strategies. *Translation journal*, 17 (1).
- Pedersen, J. (2015). On the subtitling of visualized metaphors. *The Journal of Specialised Translation*, (23), pp. 162–180.
- Rejeibi, R. (2023). *A relevance theoretic approach to explicating humour in subtitling sitcoms from English to Arabic* (Doctoral dissertation, SOAS University of London).
- Rey, S. S. D. (2022). Audiovisual translation. Dubbing and subtitling humour in the BBC TV series *Bottom*.
- Schreiber, M. (1993). *Übersetzung und Bearbeitung*. Zur Differenzierung and Abgrenzung des Übersetzungsbegriffs. Tübingen: Narr.
- Silis, J. (2006). Filmu tulkošana: oriģinālteksta atveides problēmas mērķvalodā. *Vārds un tā pētišanas aspekti*. *LiePa*, 2006 (10), 346.–353. lpp.
- Schauffler, S. F. (2012). *Investigating Subtitling Strategies for the Translation of Wordplay in Wallace and Gromit-An Audience Reception Study* (Doctoral dissertation, University of Sheffield).
- Shintemirova, M. (2023). Translation of Metaphors in Official and Automatic Subtitling and MT Evaluation. *Journal of Computational and Applied Linguistics*, 1, pp. 77–93.
- Šteinbergs, I. (2023). *Latviešu atdzeja padomju periodā: kultūras tulkojums un tulkošanas stratēģijas*. Promocijas darbs. Rīga: Latvijas Kultūras akadēmija.
- Sun, S. (2013). Strategies of translation. *The Encyclopedia of Applied Linguistics*, 9, 5408–5412. Pieejams: <http://sanjun.org/html/2013StrategiesOfTranslation.pdf> (skatīts 28.04.2024.)
- Tēzaurus*. Pieejams: <https://tezaurs.lv/> (skatīts 28.04.2024.)
- Vandekar, R. (2023). *Translation of Wordplay in Audiovisual Translation* (Doctoral dissertation, University of Zagreb. Faculty of Humanities and Social Sciences. Department of English language and literature).
- Veiga, M. J. (2009). The translation of audiovisual humour in just a few words. *New trends in audiovisual translation*, pp. 158–175.
- Williamson, L., Ricoy, R. D. P. (2014). The translation of wordplay in interlingual subtitling: A study of *Bienvenue chez les Ch'tis* and its English subtitles. *Babel*, 60 (2), pp. 164–192.