

# ЗВІТ З ПЕРЕВІРКИ НА ПЛАГІАТ

ЦЕЙ ЗВІТ ЗАСВІДЧУЄ, ЩО ПРИКРПЛЕНА РОБОТА

*Курач І.О.*

БУЛА ПЕРЕВІРЕНА СЕРВІСОМ ДЛЯ ЗАПОБІГАННЯ ПЛАГІАТУ MY.PLAG.COM.UA І  
МАЄ:

СХОЖІСТЬ

**2%**

РИЗИК ПЛАГІАТУ

**33%**

ПЕРЕФРАЗУВАННЯ

0%

НЕПРАВИЛЬНІ ЦИТУВАННЯ

0%

Назва файлу: диплом- Курач І.О..docx

Файл перевірено: 2023-12-16

Звіт створено: 2023-12-16

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ПрАТ «ПРИВАТНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«ЗАПОРІЗЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ»

Кафедра Теорії та практики перекладу

ДО ЗАХИСТУ ДОПУЩЕНА

Зав. кафедрою \_\_\_\_\_

к. ф. н., ([istina.msu.ru](http://istina.msu.ru)) доцент П.О. Чуча

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

(77.93.36.128)

СТРАТЕГІЇ КУЛЬТУРНОЇ АДАПТАЦІЇ ТЕКСТУ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ  
З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ

Виконав

ст. гр. Ф-211м \_\_\_\_\_

І.О. Курач

Керівник

доц. \_\_\_\_\_

Н.І. Давиденко

Запоріжжя

2024

ПрАТ «ПВНЗ «ЗАПОРІЗЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ

ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ»

Кафедра Теорії та практики перекладу

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедрою \_\_\_\_\_

к. ф. н., ([istina.msu.ru](mailto:istina.msu.ru)) доцент П.О. Чуча

« \_\_\_\_\_ » вересня 2023 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ (77.93.36.128)

студента гр. Ф-212м,  
спеціальності «Філологія»

Курач Іллі Олеговича

1. Тема: Стратегії культурної адаптації тексту при перекладі з англійської мови українською

затверджена наказом по інституту \_\_\_\_\_

2. Термін здачі студентом закінченої роботи: \_\_\_\_\_ січня 2024р.

3. Перелік питань, що (77.93.36.128) підлягають розробці:

– визначити теоретичну складову поняття мовна картина світу, та шляхи її реалізації в художньому дискурсі;

– схарактеризувати лінгвістичні одиниці, що потребують культурної адаптації при перекладі;

– встановити основні підходи до використання перекладацьких стратегій при відтворенні художніх текстів;

– проаналізувати досліджуваний матеріал на предмет виявлення прикладів, що потребують культурної адаптації при перекладі;

– надати до розглянутих прикладів стилістичний, контекстуальний, перекладознавчий та статистичний аналіз.

Дата видачі завдання «\_\_\_» вересня 2023 р.

Керівник магістерської роботи \_\_\_\_\_ Давиденко Н.І.

Завдання прийняла до виконання \_\_\_\_\_ Курач І.О.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав.кафедрою \_\_\_\_\_

## КАЛЕНДАРНИЙ ГРАФІК

підготовки магістерської дипломної роботи

студентом інституту ЗІЕІТ заочної форми навчання

гр. \_\_\_\_\_ П.І.Б. \_\_\_\_\_

на 2023-2024 навчальний рік

№ етапу	Зміст	Терміни виконання	Готовність по графіку %, підпис керівника	Підпис керівника про повну готовність етапу, дата
1.	Корегування теми магістерської дипломної роботи, збір практичного матеріалу за темою магістерської дипломної роботи	04.09.23-17.10.23		
2.	<b>I атестація</b> I розділ магістерської дипломної роботи	23.10.23-28.10.23		
3.	<b>II атестація</b> II розділ магістерської дипломної роботи	20.11.23-25.11.23		
4.	<b>III атестація</b> III розділ магістерської дипломної роботи, висновки та рекомендації, додатки, реферат, перевірка програмою «Антиплагіат»	18.12.23-23.12.23		
5.	Доопрацювання магістерської дипломної роботи, підготовка презентації, отримання відгуку керівника і рецензії	25.12.23-06.01.24		
6.	Попередній захист магістерської дипломної роботи	08.01.24-13.01.24		
7.	Подача магістерської дипломної роботи на кафедру	за 3 дні до захисту		
8.	<b>Захист магістерської дипломної роботи</b>	15.01.24-20.01.24		

Керівник \_\_\_\_\_ (П.І.Б.) “ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Студент \_\_\_\_\_ (П.І.Б.) “ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## РЕФЕРАТ

Дипломна робота: 90 с., 71 джерело літератури.

Мета роботи: дослідження стратегій культурної адаптації тексту та особливостей їх відтворення при перекладі з англійської мови українською.

Завдання роботи: визначити теоретичну складову поняття мовна картина світу, та шляхи її реалізації в художньому дискурсі; схарактеризувати лінгвістичні одиниці, що потребують культурної адаптації при перекладі; встановити основні підходи до використання перекладацьких стратегій при відтворенні художніх текстів; проаналізувати досліджуваний матеріал на предмет виявлення прикладів, що потребують культурної адаптації при перекладі; надати до розглянутих прикладів стилістичний, контекстуальний, перекладознавчий та статистичний аналіз.

Об'єкт роботи – 500 прикладів лінгвістичних одиниць, відібрані з десяти епізодів популярного американського мультсеріалу «Сімпсони», які потребують культурної адаптації при перекладі, та їх відповідники українською мовою.

У роботі встановлено, що при відтворенні досліджуваних одиниць необхідно притримуватися певної стратегії перекладу, вибір якої залежить від різноманітних чинників, які враховують особливості мов, тексту, культур, а також умов і мети перекладу, але зазвичай необхідно використовувати їх комплексно. З'ясовано, що найчастіше гумор та реалії потребують культурної адаптації при перекладі, а серед трансформацій, які використовуються для відтворення досліджуваних одиниць, називаємо модуляцію, компенсацію та генералізацію.

ГУМОР, КУЛЬТУРНА АДАПТАЦІЯ, МОВНА КАРТИНА СВІТУ,  
ПЕРЕКЛАДАЦЬКА СТРАТЕГІЯ, РЕАЛІЯ, ТРАНСФОРМАЦІЯ

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ПЕРЕКЛАД ЯК ВИД КУЛЬТУРНОЇ АДАПТАЦІЇ.....	6
1.1 Мовна картина світу як концептуальне поняття лінгвістики.....	6
1.2 Гумор як складова мовної картини світу .....	13
1.3 Реалії як відображення специфічних аспектів культури .....	21
1.4 Стратегії культурної адаптації .....	28
РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЇ КУЛЬТУРНОЇ АДАПТАЦІЇ ТЕКСТУ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ МУЛЬТСЕРІАЛУ «СІМПСОНИ»	36
2.1 Стратегії адаптації засобів створення комічного ефекту .....	36 44
2.2 Відтворення реалій .....	67
2.3 Вживання одомашнення як перекладацької стратегії	74
2.4 Перекладацькі трансформації в аспекті одомашнення	
ВИСНОВКИ.....	83
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	88

## ВСТУП

Різниця мов і культур стає особливо помітною в процесі перекладу, та неминуче веде до лінгвокультурної адаптації тексту перекладу, яка орієнтується або на вихідну лінгвокультуру, або на культуру мови перекладу. При цьому велику роль відіграє знання етнічної культурної специфіки та усвідомлення перекладачем того факту, що культура і мова тісно пов'язані.

Дана магістерська робота присвячена виявленню специфіки вживання мовленнєвих одиниць, які потребують стратегій культурної адаптації, та їх відтворення при перекладі. Це стратегії одомашнення та очуження, або їх комплексне вживання.

Особливу актуальність питання дослідження культурної адаптації тексту в процесі перекладу набуває тому, що іноземний, здебільшого англійськомовний кінематограф стає все більше і більше популярним на вітчизняному ринку кіноіндустрії, що і висуває на перший план необхідність досягнення повноцінного міжкультурного спілкування.

Мета роботи – дослідження стратегій культурної адаптації тексту та особливостей їх відтворення при перекладі з англійської мови українською

Виходячи з описаної мети, визначаємо наступні завдання дослідження:

1. Визначити теоретичну складову поняття мовна картина світу, та шляхи її реалізації в художньому дискурсі;
2. Схарактеризувати лінгвістичні одиниці, що потребують культурної адаптації при перекладі;
3. Встановити основні підходи до використання перекладацьких стратегій при відтворенні художніх текстів;
4. Проаналізувати досліджуваний матеріал на предмет виявлення прикладів, що потребують культурної адаптації при перекладі; надати до розглянутих прикладів стилістичний, контекстуальний, перекладознавчий та статистичний аналіз;



5. Розглянути особливості застосування перекладацьких трансформацій.

Об'єктом дослідження є 500 прикладів які потребують вживання стратегій культурної адаптації тексту при перекладі.

Предмет роботи - особливості вживання та перекладу досліджуваних одиниць.

Матеріал даного дослідження – десять епізодів популярного американського мультсеріалу «Сімпсони», та їх переклад українською мовою, виконаний студією HDrezka Studio.

Методи дослідження: суцільної вибірки, описовий, порівняльний, дискурс-аналізу, інтерпретаційний, та метод статистичного аналізу.

Методологічну базу дослідження складають роботи таких вітчизняних та зарубіжних дослідників, як:

Наукова новизна. Робота представляє собою авторське дослідження у вигляді комплексного аналізу сучасного та актуального матеріалу; подано приклади, що ілюструють різні типи культурної адаптації; наведено лінгвокраїнознавчий, загальнокультурний, контекстуальний і перекладацький коментар до матеріалу.

Практична цінність **полягає у можливості використання отриманих результатів** як у подальшій перекладацькій практиці, так і **при вивченні таких дисциплін як** практичний курс англійської мови, лінгвокраїнознавство, теорія і **практика перекладу, особливості перекладу художніх текстів.**

**Апробація результатів дослідження була проведена на щорічній конференції ЗІЕІТ (77.93.36.128)** в 2023 році. Публікація одноосібна.

Структура роботи. **Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків і списку використаних джерел. (docplayer.net)**

# РОЗДІЛ 1

## ПЕРЕКЛАД ЯК ВИД КУЛЬТУРНОЇ АДАПТАЦІЇ

### 1.1 Мовна картина світу як концептуальне поняття лінгвістики

Мовна картина світу - це важливе поняття в лінгвістиці, яке описує, як мова формує спосіб сприйняття й організації світу для носіїв цієї мови, та цікавить різних фахівців і дослідників в лінгвістиці та суміжних галузях, які дали свої визначення, беручи до уваги різні аспекти даного поняття. Більшість з них вважає, що мовна картина являє собою систему цінностей, переконань, знань та уявлень, що формується і поширюється всередині мовної спільноти через мову. Вони говорять про сукупність культурних і когнітивних шаблонів, якими мовна картина світу забезпечує своїх носіїв і які впливають на спосіб організації інформації та інтерпретації навколишнього середовища. Наголошують, що мовна картина світу - це набір культурно зумовлених концепцій, які відображаються в мові та впливають на те, як люди категоризують і описують свій досвід і навколишній світ. Ці визначення підкреслюють важливість взаємозв'язку між мовою, культурою і розумінням світу, а також вплив мови на спосіб мислення і сприйняття людини.

Багато вчених з різних країн займаються дослідженням мовних картин світу, або етноспецифічних компонентів в мовленні. Більшість відомих лінгвістів і дослідників, які працюють у цій царині, з Європи та США. Одним із ранніх і впливових дослідників у цій галузі був Бенджамін Ворф (Benjamin Lee Whorf), американський лінгвіст і філолог. У 1950-х роках його ідеї про вплив мови на мислення стали відомими як «гіпотеза Сапіра – Уорфа», або *linguistic relativity* «лінгвістичний релятивізм». Він стверджував, що мова формує наше розуміння і сприйняття світу.

Іншим важливим дослідником у цій галузі був Едвард Сапір (Edward Sapir), також американський лінгвіст, який спільно з Ворфом розробив ідеї, пов'язані з мовною картиною світу. Їхні дослідження мали вплив на розвиток лінгвістичного релятивізму та досліджень в галузі семантики та когнітивної лінгвістики. Вчені дійшли висновку, що мовна картина світу являє собою комплекс взаємопов'язаних мовних і когнітивних чинників, що визначають, як люди інтерпретують і взаємодіють із навколишнім середовищем через призму своєї мови та культури.

Джордж Лакофф (George Lakoff): Американський лінгвіст, який вніс вагомий внесок у дослідження мови та культурних концепцій. Він вивчав вплив культурних категорій на мову та мислення. Цей американський лінгвіст і когнітивний вчений, дійшов до кількох важливих висновків у своїх дослідженнях, особливо в галузі когнітивної лінгвістики та мовної філософії. Основні висновки Д. Лакоффа висунув положення про те, що мова формує спосіб мислення: вчений вважав, що мова не тільки відображає наше мислення, але і активно формує спосіб, яким ми сприймаємо та організовуємо світ. Він висунув гіпотезу про когнітивну метафору, стверджуючи, що ми використовуємо метафори в мовленні для концептуалізації абстрактних ідей та концепцій. Він стверджує, що культурні зразки та ідеали впливають на мову та мовлення, і мають важливий вплив на спосіб, якими ми сприймаємо світ. Він стверджує, що мова створює обмеження та можливості для наших когнітивних процесів. Джордж Лакофф вніс значний внесок у розуміння взаємозв'язку між мовою, культурою та мисленням, а його дослідження впливу мови на когнітивні процеси мають важливе значення для лінгвістики та когнітивної науки.

Клаус Ейсендорфер (Klaus Eisenlöffel): Німецький лінгвіст, який досліджував мовленнєві та мовні особливості різних етнічних груп у Німеччині та інших країнах.

Жорж Шапір (Georges Lüdi) є швейцарським лінгвістом, який спеціалізується на дослідженні мовних відмінностей між різними культурами та етнічними групами. Він проводить дослідження у галузі антропологічної

лінгвістики та антропології комунікації. Висновки, до яких приходять Жорж Шапір, включають такі аспекти:

- кожна культура має власну мовну специфіку та використовує мову для вираження своїх унікальних цінностей та ідентичності.
- сприйняття мови та повідомлень може значно відрізнятись в залежності від контексту, в якому вони використовуються.
- мовні засоби вираження, які відображають культурні нюанси, важливі для розуміння та взаємодії між людьми різних культур.

Ці висновки відображають підхід Жоржа Шапіра до вивчення взаємодії мови, культури та комунікації. Його дослідження спрямовані на розуміння того, як різні мовні та культурні контексти впливають на спосіб, якими люди сприймають світ та взаємодіють один з одним.

Марія Евангеліна Варден (Maria Evangelina Vardén): Іспанська лінгвістка, яка досліджує вплив мови на сприйняття культурних концепцій та етноспецифічних образів у мовленні.

Українські вчені також цікавилися питаннями мовної картини світу та мовознавства. Одним із видатних українських мовознавців була Леся Українка, відома поетеса і публіцистка, яка також вивчала питання мови та лінгвістики. Крім того, в Україні є багато академічних інститутів і університетів, де досліджуються різні аспекти мови, включаючи мовну картину світу. Наприклад, **Національний університет «Києво-Могилянська академія» і Київський національний університет імені Тараса (www.naiu.kiev.ua)** Шевченко є центрами досліджень у галузі лінгвістики та мовознавства.

Мова відображає культурні особливості та сприяє їхньому збереженню та поширенню через кілька ключових механізмів, і перший з них це лексика і термінологія: кожна мова має свій власний набір слів і термінів, які відображають унікальні аспекти культури. Ці слова можуть включати назви традиційних страв, обрядів, релігійних понять, народних звичаїв та інших культурних елементів. Вживання цих слів сприяє збереженню та передачі

культурних знань та уявлень. До складу подібної лексики входять такі базові поняття мовної картини світу британців, як:

- Tea «чай», якому в британській культурі приділяється велика увага. Вираз tea time «час для чаю», став символом британського післяобіднього відпочинку, а сам обряд чаю має значення для соціального спілкування.

- Queen «королева»: Монархія в Великобританії має велике історичне і символічне значення. Титул «королева» відображає цю важливу частину британської культури.

- Football «футбол»: який є важливим видом спорту в Великобританії і має значення як для спорту, так і для культури.

- Monarchy «монархія»: відіграє ключову роль у британській історії та культурі, та відображає цю важливу інституцію.

- Rain «дощ»: постійний дощ і погана погода є стереотипними атрибутами британської погоди і часто згадуються в британському гуморі та розмовах.

- Pub «бар, де подається тільки пиво»: паби є важливою частиною британської культури та суспільства. Лексика, пов'язана з «пабами», включає в себе терміни, що стосуються відвідування пабів, напоїв та страв.

В американській культурі також існує лексика, яка відображає важливі поняття:

- Freedom «свобода»: є однією з центральних цінностей американської культури, цей термін вживається для вираження цієї цінності.

- Democracy «демократія»: є основною формою уряду в Сполучених Штатах, і цей термін відображає важливість політичних цінностей країни.

- Equality «рівність»: рівність перед законом і рівні можливості є ключовими аспектами американської культури.

- Innovation «інновація»: Америка відома своєю інноваційністю та підтримкою новаторських ідей та технологій.

- Dream «мрія»: поняття «американська мрія» відображає важливість ідеї можливостей для досягнення успіху через працю та самостійність.

- Diversity «різноманітність»: велика чисельність національних і культурних груп є важливою частиною американського суспільства, і це слово відображає цю культурну цінність.

- Opportunity «можливість»: важливість можливостей і соціальної мобільності відображається в цій лексемі.

Лексичний склад української мови також відображає важливі поняття та цінності української культури:

- «Рідна мова»: українська мова має велике значення для української культури та ідентичності. Вираз «рідна мова» відображає важливість української мови для національного самовизначення.

- «Гостинність»: є однією з ключових цінностей в українській культурі, і цей термін використовується для вираження поваги до гостей та відкритості душі і оселі для гостей.

- «Традиція»: обряди і традиції мають велике значення в українській культурі. Термін «традиція» відображає важливість спадщини та історії.

- «Сім'я»: сім'я та родина мають важливе значення в українській культурі, і цей термін використовується для вираження родинних відносин та цінностей.

- «Патріотизм»: патріотизм і національна свідомість важливі для українців, і цей термін використовується для вираження любові до своєї країни.

- «Спільнота»: українська культура відзначається спільнотністю та солідарністю, і цей термін відображає важливість спільного життя та підтримки один одного.

Відомо, що мова використовується також і для розповіді і передачі історій про минуле, подвиги, легенди та міфи, які мають велике культурне значення. Ці оповіді відображають спосіб життя та цінності культури і сприяють їхньому збереженню, а мова слугує як інструментом комунікації, так і носієм культурних цінностей та ідентичності. Зберігання та розвиток мови допомагають зберегти культурну спадщину, так як мова відображає та передає культурні особливості через свої лексичні, семантичні та граматичні

особливості, фразеологію, історію, традиції та ритуали. Вона також сприяє збереженню і поширенню цих культурних елементів серед наступних поколінь.

Британська лінгвокультура, наприклад, має численні етнічні особливості, які відображаються у мовному вживанні, традиціях та віруваннях: британці приділяють велику увагу формальному мовному вживанню та ввічливості, особливо у вищих суспільних колах. Наприклад, вживання you «ви» замість thou «ти» є загальноприйнятим, до того ж, велика увага приділяється коректному вживанню титулів та привітань, різноманітні мовні конвенції, такі як вживання Mr. «містер», для звернення до чоловіків, Mrs «місіс», або madam «мадам», для звернення до жінок, Sir «сер» - для лицарів. Вирази та форми звертання вказують на соціальний статус, відношення та ввічливість, що впливає на сприйняття взаємин між людьми. Британці мають численні лінгвістично виражені ритуали та обряди, зокрема у сфері королівської сім'ї та релігійних святкувань. Наприклад, королівські особи у Великобританії часто використовують терміни we «ми» та our «наш» в церемоніях коронування.

Британська англійська мова має свою унікальну систему фразеологізмів та ідіом, які відображають культурні особливості та спосіб мислення. Наприклад, вираз *keeping a stiff upper lip* «тримати губи міцно стиснутими», вказує на британську стриманість та здатність виносити труднощі без вираження емоцій. А фразеологізм *to kill two birds with one stone* «вбити двох зайців одним пострілом» ([ukrbukva.net](http://ukrbukva.net)) вказує на бажання досягнути двох цілей одночасно. Мовні фразеологізми та приказки часто виражають культурні концепції та цінності. Вони можуть бути використані для передачі життєвих мудростей, норм поведінки, та інших аспектів культури. Наприклад, фраза *don't bite the hand that feeds you* «не ламай гілку, на якій ([buki.com.ua](http://buki.com.ua)) сидиш», вказує на важливість обережності та поваги до існуючого стану речей. Ці приклади відображають культурні особливості британської лінгвокультури, які розкриваються через мовне вживання, та сприяють створенню унікальної лінгвокультурної ідентичності Великої Британії.

Американська лінгвокультура також має свої особливості, які відображаються у мовному вживанні та культурних практиках. Відомо, що Сполучені Штати мають велику кількість етнічних груп і міграційний характер населення. Наприклад, американська англійська в Нью-Йорку може звучати значно відмінно від того, як він звучить в Техасі чи Каліфорнії, до того ж, англійська мова в Америці відрізняється від мови в Британії такими особливостями, як наявність мовних сленгових виразів та арготичних термінів, які вживаються в різних регіонах та групах. Наприклад, в американському слензі cool «модний», «крутий», «прохолодний», може вказувати на щось відмінне, позитивне, а hot «гарячий», «жаркий», може означати «важливий», або «знаменитий». Американська лінгвокультура активно використовує мовну виразність та іронію в розмовному вживанні. Наприклад, американці можуть вживати саркастичні коментарі, а також каламбури та гумористичні вислови. У мовленні в США традиційно відзначено доброзичливе та неформальне ставлення до співрозмовників, для цього використовується звернення по імені, на «ти» - you, і безтитульне звертання. Однак в бізнесовому або офіційному контексті може вживатися і формальне звертання. Багато написано про традиції мовного вживання в різних сферах життя, такі як привітання, прощання, подяки та вибачення. Наприклад, фраза How are you? «як поживаєте?» є стандартним привітанням, і відповідь на неї може бути різною залежно від контексту. Подібні особливості можуть бути суттєвими для розуміння американського суспільства та культури.

Структура речень і граматичні правила мови впливають на те, як інформація організована в мовленні. Різні мови можуть мати різні порядки слів, відмінювання, часові форми тощо, що впливає на спосіб, яким носії мови виражають відношення між подіями, об'єктами і діями. Крім того, відомим фактом є те, що англійська мова має певний порядок слів в реченні, де суб'єкт, дієслово і об'єкт розташовуються в певним чином. Це впливає на те, як інформація організована, та вказує на умови та наслідки. Використання



артиклів a і the, притаманне англійській мові і відсутнє в українській. Артикли визначають, які об'єкти або ідеї специфікуються в мовленні.

Структура речень і граматичні правила української мови також по-своєму впливають на організацію інформації в мовленні. Українська мова має шість відмінків, які вказують на роль кожного слова в реченні. Українські іменники мають **рід (чоловічий, жіночий, середній) та число (однина, множина) (westudents.com.ua). (westudents.com.ua)** В українській мові використовуються складнопідрядні речення, де одне речення вбудоване в інше, щоб виразити залежність та послідовність інформації, сполучники з'єднують слова в реченні.

Різниця між мовами і культурами англomовного світу і України може бути зумовлена різними історичними, географічними, соціокультурними та іншими чинниками. Але зростаюча глобалізація та міграція призводять до взаємного впливу культур та створення гібридних культурних реалій, але при цьому також можуть виникати суперечності та конфлікти.

## 1.2 Гумор як складова мовної картини світу

Гумор - це стан або явище, яке викликає сміх, розвеселяє або розважає людей. Він виявляється через різні способи, такі як кумедність, жарт, сатира, комедія та інші форми виразності, які створюють смішну або розважливу атмосферу. Це явище може мати різні ступені суб'єктивності, тобто те, що одній людині здається смішним, у іншій може не викликати сміху. Гумор може виявлятися в різних аспектах життя, включаючи літературу, мистецтво, кіно, музику, виступи коміків, а також в повсякденному спілкуванні та ситуаціях. Він може мати різні форми, від гострої сатири до невинних жартів та анекдотів. Гумор є важливою частиною культури та соціальних відносин, і воно може виконувати різні функції, включаючи розвагу, релаксацію, підвищення настрою та комунікацію. Досліджуване явище також може бути важливим інструментом для виразу поглядів на суспільні проблеми та викриття недоліків у гострих формах, які стимулюють думку і обговорення.

З'ясовано, що гумор є складовою мовної картини світу. Мовна картина світу відображає спосіб, яким люди сприймають і розуміють світ навколо себе через мову. Гумор впливає на цей спосіб сприйняття, оскільки він відображає певні культурні, соціальні та індивідуальні аспекти життя через жарти, комедію, сатиру та інші гумористичні вирази, він має свою власну лексику, синтаксис та структуру, які відрізняють його від інших видів мовлення. Він може використовувати різноманітні лінгвістичні прийоми для створення комічних ситуацій і вражень.

Крім того, гумор є важливим елементом культури і взаємодії між людьми. Він може відображати цінності, норми та стереотипи суспільства через жарти і сатиричні образи. Тому гумор впливає на мовну картину світу, допомагаючи формувати і виражати уявлення та переконання людей про навколишній світ.

Дослідження гумору були проведені багатьма вченими з різних країн, включаючи європейських і англомовних дослідників. Найбільший внесок у розробку теми гумору зробили Сігмунд Фрейд (австрійський психоаналітик), який вивчав психологію гумору та його роль у вираженні психологічних механізмів; Герберт Спенсер (англійський філософ і соціолог), який досліджував гумор як соціальний феномен і вивчав його роль у суспільстві; Сюзан Сонтаг (американська літературознавчиня), яка аналізувала сатиричну літературу та гумор у культурі; Генрі Берд (британський психолог) – він вивчав когнітивний підхід до гумору та його зв'язок з мисленням і розумінням; та Лоренс Стерн (англійський письменник), який вивчав гумор через свої літературні роботи. Це лише кілька імен, і багато інших вчених також вивчали гумор з різних точок зору, включаючи психологічний, літературний, соціологічний та філософський підходи до цієї теми.

Українські дослідники також вивчають специфіку вживання гумору в контексті української культури і мови, різні аспекти гумору, включаючи його роль у мовному спілкуванні, комунікації та культурному контексті. Такі дослідження допомагають розуміти, як гумор функціонує в українському

суспільстві і мові, а також його вплив на сприйняття і взаємодію між людьми. Дослідження гумору продовжуються і розширюються, оскільки це важлива складова культури та психології.

Гумор може набувати різних форм і видів, існує досить багато способів вираження комічного:

1. Вербальний гумор: жарти, анекдоти, кумедні репліки та інші вирази, які ґрунтуються на мовній грі, іронії, сарказмі та інших мовних ефектах.

2. Фізичний гумор: цей вид гумору спирається на комічні жести, міміку, фізичні витівки, клоунаду та інші аспекти фізичного виразу. Сюди відносяться комічні сцени в театрі, кіно та телебаченні.

3. Соціальний гумор: стосується соціальних аспектів суспільства і може використовувати сатиру, сарказм та гостру іронію для підкреслення соціальних проблем, стереотипів, нерівності та інших аспектів життя.

4. Пародія: наслідування, переосмислення або комічне підражання конкретних осіб, творів, жанрів або явищ. Вона може включати в себе комічні імітації або змішання різних елементів.

5. Інтелектуальний гумор: вид гумору, який передбачає високий рівень розуміння або знань, оскільки він використовує абстрактні або складні ідеї для створення смішних ситуацій та жартів.

6. Сатира: гостра і саркастична критика соціальних, політичних та культурних аспектів суспільства. Складовою сатири є жорсткі глузування.

7. Іронія: використання слів або висловів для вираження протилежного смислу. Вона може бути використана для створення смішних або саркастичних ситуацій.

8. Чорний гумор: цей вид гумору використовується для обговорення та висміювання тем, які зазвичай вважаються суто серйозними або сумними, такими як смерть, хвороби або трагедії.

9. Абсурдний гумор: спирається на нелогічні або абсурдні ситуації та розвинуті вигадки для створення комічних ситуацій.

Це лише декілька прикладів видів гумору, але існує багато інших підвидів та комбінацій. Гумор може бути дуже різноманітним і культурно залежати від того, як він виражається та розуміється, тому, що він є важливою частиною культурної та мовної картини світу, і дослідження його специфіки допомагають розкрити різноманітні аспекти етнічних гумористичних традицій.

З'ясовано, що існує певна специфіка вживання гумору в різних культурах. Гумор є відображенням культурних, соціальних, історичних і мовних особливостей суспільства. Тому, спосіб, яким гумор виражається і сприймається, може відрізнятися від однієї культури до іншої. Дослідники підкреслюють той факт, що гумор використовує особливі культурні аспекти, відштовхуючись від конкретних культурних відомостей, стереотипів, традицій і історичних подій. Люди відчують гумор, коли вони розуміють ці аспекти. Із-за того, що гумор часто базується на певних особливостях мови, він може підкреслювати та обмежувати стереотипи, пов'язані з певними групами людей чи національностями. В різних культурах стереотипи можуть відрізнятися. Крім того, різні культури можуть розвивати різні комічні жанри, такі як сатира, фарс, комедія, і кожен жанр може мати свої особливості через існуючі різні підходи до виразу гумору, включаючи жести, обличчя, тон голосу і таке інше. Потрібно пам'ятати, що гумор часто залежить від соціального контексту, і той самий жарт може бути розцінений по-різному в залежності від суспільства і ситуації.

Усі ці фактори роблять гумор важким для розуміння для тих, хто не відчуває особливостей конкретної культури. Таким чином, специфіка гумору в різних культурах може бути суттєвою, і вона додає багатство різноманітності гумору у всьому світі. Існують специфічні риси гумору в англomовних країнах, таких як США і Великобританія, і ці риси можуть виявлятися в різних стилістиках, жанрах і підходах до гумору. Так, британський гумор часто спирається на іронію і сарказм, і використання слів для виразу протилежного смислу. Це допомагає створювати жарти, які вимагають досвіду та знань, щоб їх зрозуміти. Британці часто грають словами, використовуючи алегорії, асонанси та каламбури для створення жартів і кумедних ситуацій. Крім того,

великобританці відомі своєю здатністю використовувати гістеричний гумор, який використовують, як механізм захисту психіки, щоб посміятися над болісними, неприємними випадками, які не викликають позитивних емоцій. Британці пародіюють також соціальні та культурні аспекти свого життя. Натомість специфіка американського гумору часто відображає національну ідентичність і гіперболізує американські стереотипи та цінності. В Америці дуже популярні стендап комедії, які складаються з особистих історій та коментарів на повсякденне життя, політику та суспільні питання. В Америці гумористи люблять використовувати гіперболізацію та перебільшення для створення комічних ситуацій, крім того, там розвинуті гібридні жанри гумору, такі як ситкоми (ситуаційні комедії) та анімаційні шоу, що спільно використовують анімацію та гумор. Український гумор також має свої специфічні риси, які відображають культурні, історичні та мовні особливості України. Серед характеристик українського гумору виявлено: гострий сарказм, сатиру, та іронію. Він може бути використаний для висміювання політичних та соціальних проблем або ж розкриття недоліків у суспільстві. Українські гумористи використовують самоіронію, говорячи про смішні риси своєї власної культури та національності, до того ж, гумор може бути пов'язаним з повсякденними ситуаціями, які відомі багатьом українцям. Наш гумор може комбінувати різні жанри, такі як гумористичні шоу, сатира та пародія, а фольклор має багато гумористичних аспектів, такі як казки, анекдоти та жарти. Загалом, український гумор відображає багатство і різноманітність української культури та мови. Він може бути смішним і в той же час розкривати глибокі сенси та цінності українців.

Хоча це загальні спостереження, важливо пам'ятати, що існують значні відмінності в гуморі навіть всередині цих країн, оскільки кожен індивідуальний комік чи творець може мати власний стиль та підхід до гумору.

В мовленні для створення жартів, комічних ситуацій та гумористичних ефектів використовуються різноманітні лінгвістичні та риторичні засоби. Створювати гумор допомагає цілий арсенал мовленнєвих засобів, серед яких

згадаємо: гру слів, яка базується на використанні слів, які мають подвійне значення або можуть вказувати на щось несподіване або комічне, омонімії (слів, які звучать однаково, але мають різні значення). Гру слів можна використовувати для створення жартів і каламбурів. Каламбур - гумористична фігура, яка базується на грі слів, або подвійних значеннях слів. Каламбур створюють на основі слів, що звучать або пишуться однаково, але мають різні значення, і використовують для створення смішних або несподіваних зв'язків.

Іронія: використовується для виразу протилежного смислу від того, що сказано, часто з метою висміювання або сарказму. Сарказм: гострий та іронічний коментар, який часто використовується для висміювання або виразу незадоволення. Антитеза: протилежні слова або фрази для створення комічних контрастів. Гіпербола: перебільшення або завищеність для створення комічних ситуацій та жартів. Епіфора: повторення слова чи фрази в кінці послідовних речень для створення комічних ефектів. Двозначність: використання слів або виразів, які мають більше ніж одне значення, призводить до комічних непорозумінь. Пародія: спирається на імітацію або наслідування певних осіб, стилів або мовленнєвих особливостей з метою створення комічного ефекту. Метафори: використовують аналогії та порівняння для створення комічних зображень. Парадокси: висловлення суперечливих або незвичайних ідей, які можуть викликати сміх через їх непередбачуваність або несподіваність. Алегорія: - літературний прийом, у якому символи, персонажі або події відтворюють абстрактні поняття, ідеї або моральні цінності. Алегорії використовуються для вираження абстрактних концепцій через конкретні образи. Алюзія: відсилання до іншого тексту, історії, легенди чи іншого виданого літературного матеріалу; дозволяють письменникам використовувати референції до інших робіт або подій, щоб додати глибину та контекст до свого твору. Клімакс: точка максимальної напруги або інтенсивності в літературному творі. Вона позначає важливий поворот у сюжеті, де конфлікт досягає свого найбільшого розгортання. Клімакс часто слугує рішучим моментом у розвитку подій та вирішенні конфлікту. Антиклімакс: літературний ефект, коли, навпаки,

після насправжнього чи очікуваного клімаксу відбувається щось неважливе, рутинне або нудне. Це може викликати сміх, розчарування чи інше емоційне враження, інтенсифікувати сюжет чи створювати контраст з очікуваннями читача. Алогізм: літературний або мовний прийом, у якому слова чи фрази спеціально використовуються неправильно або некоректно, щоб створити комічний ефект. До алогізмів відносять мовні помилки, неправильну лексику чи синтаксичні зсуви. Антономазія: літературний прийом, при якому одне слово чи вираз замінюється іншим, що має близьке чи схоже звучання, але різні значення. Може використовуватися для створення гумористичних або іронічних зв'язків у тексті.

Ці, та інші стилістичні прийоми можуть використовуватися окремо чи у поєднанні один з одним для створення різних видів гумору, від вербального до фізичного, а також в різних жанрах і стилістиках мовлення. Переклад гумористичних текстів може бути вкрай складним завданням через різноманітні аспекти, які потрібно враховувати. Гумор часто базується на культурних особливостях, стереотипах та асоціаціях, які можуть бути незрозумілими або неперекладними для читачів іншої культури. Такі відмінності можуть ускладнювати передачу гумору в перекладі. Ідіоми, гру слів та лексичні жарти, важко відтворити в іншій мові без втрати смішного ефекту. Крім того, важко передати тон та настрій гумористичного тексту. Оригінальний текст може мати певний гумористичний стиль або іронічний підтекст, який можливо втратити у перекладі. Асоціації та референції до популярних культурних явищ, літературних творів чи історичних подій, які зазвичай використовуються в гумористичних творах, можуть бути невідомими читачам в іншій країні. Важко передати інтонацію та міміку, які супроводжують гумористичні вислови в оригіналі. Звуконаслідування, голосові ефекти та інші аудіовізуальні аспекти також можуть бути втрачені при перекладі. Гумористичні жарти можуть базуватися на граматичних особливостях або невідповідностях у певній мові, що також є важким для відтворення в іншій мові.

Для успішного перекладу гумористичних текстів перекладачу потрібне глибоке розуміння обох мов та культур і професіональні навички у знаходженні адекватних еквівалентів для гумористичних висловів. Часто це вимагає великої ерудиції та творчості, а також співпраці з носіями мови, які розуміють обидві культури. Переклад гумору з однієї культури на іншу - це складне завдання, і є деякі помилки, які потрібно уникати, щоб зберегти гумористичний ефект і передати його успішно. З'ясовано, що серед найбільш поширених помилок, які слід уникати при перекладі гумору – це буквальний переклад: Переклад гумористичних висловів буквально часто призводить до втрати гумористичного ефекту, оскільки висловлювання можуть виглядати дивними або незрозумілими у мові перекладу. Перекладачу рекомендують замість цього знайти еквівалентні жарти або вдаючись до трансформації цілісного переосмислення, знайти адекватну заміну в мові перекладу. Втрата культурних асоціацій також є перекладацьким недоліком, тому, що гумор часто базується на культурних асоціаціях та референціях. Перекладачу потрібно зрозуміти ці асоціації і, де можливо, знайти подібні вирази або референції в мові перекладу. Надзвичайно важливо правильно оцінювати цільову аудиторію: те, що смішно для однієї культури, може бути незрозумілим або некоректним для іншої. Інша крайність в перекладі - надмірна адаптація: Важливо зберегти автентичний смак оригіналу. Занадто сильна адаптація може знищити унікальний гумор оригінального тексту.

Політична або культурна недоречність – є предметом уваги в наш час. Гумор може бути провокативним і викликати конфлікт. Перекладачу радять звертати увагу на подібну лексику, особливо, якщо переклад відбувається в іншу культуру. Уникнення цих помилок вимагає ретельного розуміння як оригінального тексту, так і приймаючої мови і її культури, а також великої винахідливості і творчості в процесі перекладу.

### 1.3 Реалії як відображення специфічних аспектів культури



Реалії - це ще одна з важливих складових мовної картини світу. Цей термін використовується для позначення слів або виразів, які відображають специфічні аспекти культури, соціальних структур, природного середовища і інших особливостей певного народу чи регіону. Реалії в мовленні допомагають відобразити особливості життя, традиції, історію та особливості конкретної культури, вони збагачують мову тим, що позначають унікальні аспекти культури та оточуючого світу. Вони також можуть бути використані для створення аутентичного мовного контексту в літературних творах та фільмах. Реалії виникають в мові та культурі в результаті існування історичних, географічних, соціокультурних та інших факторів. Багато реалій виникають внаслідок важливих історичних подій або фаз розвитку суспільства. Наприклад, події, пов'язані з війнами, революціями або колонізацією, можуть призвести до виникнення нових термінів та концепцій, що характеризують ці події. Географічні особливості регіону, такі як природа, клімат, географічні об'єкти (річки, гори, моря) і природні ресурси, можуть призвести до виникнення географічних реалій. Культурні традиції, звичаї, свята, релігійні поняття і інші аспекти культури впливають на формування культурних реалій. Суспільні структури, такі як уряд, освіта, система правосуддя, політичні партії тощо, також впливають на виникнення соціальних та політичних реалій. Різні етнічні та мовні групи можуть мати свої унікальні терміни та концепції, які відображають їхні особливості та ідентичність. З розвитком технологій можуть виникати нові терміни та поняття, що відображають сучасні технологічні досягнення. Взаємодія між різними культурами і націями може призвести до запозичення та адаптації слів, термінів та концепцій з інших мов і культур. Міграція народів та етнічні зміни можуть впливати на виникнення нових термінів та реалій в інших регіонах. З'ясовано, що реалії є важливими для мовної та культурної ідентичності і відображають унікальні особливості кожного суспільства та культури. Вони допомагають виражати специфіку та багатогранність культурного досвіду та спадку.

Багато європейських та британських вчених працювали над дослідженням лінгвістичних реалій, і ця тема стала важливою в галузі лінгвістики та семіотики. Ось кілька вчених, які внесли вагомий внесок у вивчення лінгвістичних реалій:

- Умберто Еко (Umberto Eco): італійський семіотик і філософ, автор таких видатних робіт, як «Сердце та знак» і «Ім'я рози». Він вивчав поняття семіотики та символіки, включаючи лінгвістичні реалії.

- Роланд Барт (Roland Barthes): французький лінгвіст і семіотик, автор робіт про структуру та інтерпретацію текстів. Він досліджував, як текст виражає лінгвістичні реалії та символіку.

- Раймонд Уеллс (Raymond H. W. Wells): британський лінгвіст, вивчав фонетику та фонологію. Він досліджував лінгвістичні реалії, пов'язані зі звуками мови.

Американські вчені також займалися дослідженням поняття реалій, особливо в галузі лінгвістики, культурології та літературознавства. Відомо, що важливі внески в дослідження цієї сфери лінгвокультурології зробили:

- Джордж Лакофф (George Lakoff): видатний когнітивний лінгвіст, який вивчав способи, якими мовлення відображає та впливає на наше сприйняття світу. Він досліджував роль мовлення у створенні культурних концепцій та уявлень.

- Дебора Таннен (Deborah Tannen): лінгвістка, відома своїми дослідженнями в галузі міжособистісного спілкування та мовленнєвого аналізу. Вона розглядає роль культурних та соціальних реалій у мовленні та комунікації.

- Джеймс П. Спрейг (James P. Spradley): антрополог, який досліджував культурні аспекти мовлення та вивчав, як вирази і вирази відображають поняття та практики в різних культурах.

- Джордж Стайнер (George Steiner): літературознавець і публіцист, який розглядав лінгвістичні реалії та їх вплив на культурну та літературну ідентичність.

Тема лінгвістичних реалій є актуальною і для української мовознавчої спільноти, і багато вчених досліджували це питання на прикладах української мови та текстів. Їх дослідження лінгвістичних реалій стосується аналізу специфічних слів, виразів, назв місць та інших лінгвістичних елементів, які відображають особливості української культури, історії, географії тощо.

Тема реалій має широкий міждисциплінарний характер і тому досліджується з різних точок зору, включаючи лінгвістику, антропологію, літературознавство та інші галузі науки. З точки зору лінгвістики, мовленнєва специфіка реалій - це особливості використання слів та виразів, які відображають конкретні аспекти культури, географії, соціальних структур, природного середовища та інших особливостей певного регіону або народу. Така специфіка дозволяє мовцям чітко виражати поняття та концепції, які є унікальними для їх культури і життя. Реалії як феномен культури, мають свою мовленнєву специфіку, маркером якої є, перш за все, вживання специфічних слів, та виразів, які відображають географічні, культурні, соціальні або природні аспекти певного регіону. Наприклад, назви страв, традиційні обряди, топоніми, імена для річок чи гір і таке інше. Завдяки мовленнєвій специфіці реалій можуть створюватися асоціації та образи, які є унікальними для конкретної культури. Специфічною рисою реалій є посилення на історію та традиції культури. Це можуть бути вирази, які називають історичні події або народні обряди, унікальні культурні концепції та цінності, або які стосуються специфічних традицій, віросповідань або вірувань.

Реалії відображають те, що є важливим і присутнім у повсякденному житті мовців і є частиною їхньої ідентичності. Мовленнєва специфіка реалій складає предмет для вивчення лінгвістичною культурологією, та досліджень у галузі мовознавства. Перекладачі та лінгвісти важливу увагу приділяють цій специфіці при перекладі текстів, оскільки вона впливає на точність та адекватність перекладу.

Мовознавці надають класифікації реалій, приймаючи до уваги різні критерії, та використовуючи різноманітні підходи. Відомі наступні класифікації реалій:

1. За видом реалій:

- Географічні реалії: назви географічних об'єктів, такі як річки, гори, міста, озера, моря тощо, які є унікальними для певного регіону.

- Культурні реалії: слова, які називають традиції, обряди, терміни з кулінарії, релігійні поняття, історичні події і фігури, які є важливими для певної культури.

- Соціальні реалії: сюди відносяться терміни, які відображають соціальні відносини, інституції, політичні системи, класові або статеві ролі тощо.

- Природні реалії: назви тварин, рослин, пейзажів, які є характерними для певного регіону або кліматичних умов.

- Історичні реалії: слова та вирази, що називають історичні події, фігури, епохи та інші аспекти історії певного народу чи регіону.

2. За рівнем абстракції:

- Конкретні реалії: відображають конкретні об'єкти або явища, такі як назви річок, гір або національних страв.

- Абстрактні реалії: відображають абстрактні або культурні концепції, наприклад, соціальні статуси, релігійні поняття або політичні інституції.

3. За сферою використання:

- Літературні реалії: Це реалії, які зустрічаються в літературних текстах і використовуються для створення аутентичного мовного контексту в літературі.

- Публічні реалії: використовуються в мас-медіа, політиці, громадському дискурсі та інших галузях громадського життя.

4. За культурною приналежністю:

- Національні реалії: відображають особливості певної національної культури та ідентичності.

- Етнічні реалії: позначають особливості певної етнічної групи в межах більшої національної культури.

При вивченні інших мов або перекладі текстів важливо розрізняти реалії, оскільки вони впливають на розуміння мовного контексту та сприйняття тексту, і розібратися у цьому складному питанні допомагають фонові знання (попередні знання або контекстуальні знання) – тобто певна ерудиція і загальний світогляд, які люди напрацьовують протягом життя; тобто інформація, яку люди вже мають в пам'яті на момент вивчення будь-чого нового. Фонові знання грають важливу роль у процесі сприйняття та інтерпретації інформації, оскільки вони надають контекст та розуміння новим даним чи текстам, допомагають вам розуміти контекст та зв'язки між інформацією. Вони дозволяють визначити, як нова інформація вписується вже існуючий знання та в чому полягає її значення. Фонові знання можуть впливати на інтерпретацію та сприйняття нової інформації. Вони можуть доповнювати деякі аспекти сприйняття і пригнічувати інші, в залежності від того, як вони взаємодіють з новою інформацією, слугувати дієвим засобом для розуміння або пояснення незрозумілого тексту або інформації. Вони дозволяють заповнити пробіли в розумінні, особливо коли інформація або текст не надає всіх необхідних деталей. Фонові знання можуть варіюватися залежно від особистого досвіду та загальних культурних та наукових знань. Вони відіграють важливу роль у навчанні, сприйнятті текстів, комунікації та рішенні проблем. Фонові знання допомагають людям покращувати та поглиблювати розуміння навколишнього світу. І, що важливо для теми даного дослідження, фонові знання впливають на розуміння реалій (лінгвістичних та культурних) в різних аспектах. Лінгвісти говорять про контекстуалізацію тоді, коли фонові знання надають контекст для сприйняття нової інформації, та створюють зв'язок з вже існуючими знаннями. Вони допомагають визначити, як нова інформація вписується в контекст і які зв'язки виникають між різними елементами

інформації; дозволяють зрозуміти значення та важливість лінгвістичних та культурних реалій, сприяють інтерпретації інформації і вказують на те, чому ця інформація має значення в конкретному контексті; сприяють уникненню непорозумінь та помилкових інтерпретацій, особливо в комунікації між людьми з різних культур або з різними лінгвістичними особливостями. Такі знання допомагають визначити, які слова або вирази можуть бути незрозумілими або образливими для інших людей; адаптуватися до нових культурних або мовних середовищ, оскільки надають певний рівень розуміння специфічних реалій, що існують в новому контексті, або навіть пояснити важливі аспекти лінгвістичних та культурних реалій іншим людям, які можуть бути необізнані з цими аспектами, впливають на формування асоціацій та образів, які виникають у мозку при сприйнятті інформації; вони можуть використовуватися для створення конкретних образів і асоціацій, які супроводжують розуміння реалій. Тобто, фонові знання є суттєвою частиною процесу розуміння та інтерпретації інформації та текстів, особливо коли ця інформація містить лінгвістичні або культурні реалії. Вони допомагають створити повний та адекватний контекст для сприйняття та розуміння нової інформації.

Переклад реалій - це складне завдання через специфічність цих лінгвістичних та культурних елементів. Однак під час перекладу реалій у іншу мову, перекладач має враховувати особливості цільової культури, щоб зберегти сенс і аутентичний вигляд реалій. З'ясовано, що при перекладі реалій можуть виникнути певні помилки, такі, як буквальний переклад, коли перекладачі намагаються буквально перекласти реалії, ігноруючи їхні культурні або історичні контексти. Це може призвести до втрати сенсу або неправильного розуміння тексту. Деякі реалії можуть бути настільки унікальними для певної культури, що в іншій мові не існує аналогів. Перекладачі можуть стикатися з відсутністю точного еквіваленту та вимушені використовувати пояснення або адаптацію. До помилок належить і такий варіант перекладу, як вибір слова або виразу, які, хоч і є схожими за звучанням, але не відображають справжнього значення реалії. Це може призвести до неправильного розуміння або

спричинити комічність чи невідповідність тексту. Інколи перекладачі можуть не надавати відповідні пояснення або контекстуальні відомості для розуміння реалій, особливо коли це важливо для зрозуміння тексту, або роблять спробу перекласти національну реалію загальними або універсальними термінами, що вимагає від читача додаткового зусилля для розуміння специфіки даної реалії, або призводить до втрати певних смислів. Реалії можуть включати елементи гумору, емоцій або стилістики, які складно або неможливо передати в іншій мові. Недосконалий адаптивний переклад коли перекладачі не завжди вдало адаптують реалії до нового культурного контексту чи аудиторії, також впливає на розуміння або враження від тексту.

Для уникнення цих помилок важливо мати глибоке розуміння як мови, так і культури, з якої перекладається текст. Перекладачам корисно спілкуватися з носіями мови та експертами з питань культури, а також враховувати контекст та цілі тексту при виборі варіантів перекладу реалій.

#### 1.4 Стратегії культурної адаптації

В наш час існує тенденція розглядати переклад як феномен культури – і це концепція, яка вказує на тісний зв'язок між мовним перекладом та культурною специфікою. Переклад не просто передача слів або тексту з однієї мови на іншу; це також акт передачі інформації, концепцій і почуттів з однієї культури в іншу. Важливим аспектом цього процесу є розуміння культурних контекстів, що супроводжують мовний текст. Лінгвісти називають три запоруки того, що тексти оригіналу і перекладу буде перекладено адекватно, і це - еквівалентність на комунікативному і функціональному рівнях, тобто збереження семантико-культурної специфіки, при розумінні того, що текст сприймається як система елементів змісту, кожний з яких має різну функціональну значимість, що і є передумовою їх відтворення при перекладі з різною мірою повноти.

З'ясовано, що переклад як феномен культури має кілька специфічних характеристик. Серед них - культурна вкоріненість: переклад взаємодіє з усією системою культурних цінностей, звичаїв, традицій та ідентичності. При перекладі враховуються особливості та контекст кожної культури, щоб забезпечити правильне розуміння тексту; адаптація до культурних норм: врахування культурних норм та стандартів, які впливають на вибір слів, виразів та відтінків мовлення. Це стосується не лише структури мови, але і загального тону та стилю. Відтворення культурних концепцій - важливий фактор адекватного перекладу, тому, що необхідно відтворити не лише лінгвістичну інформацію, але й культурні концепції, які можуть включати історичні, соціальні, релігійні та інші аспекти, які можуть бути невідомі або незрозумілі читачам /глядачам іншої культури. Переклад має на меті пояснення та адаптацію до культурних реалій - унікальних термінів, понять та виразів, які властиві лише конкретній культурі. Культурні особливості можуть впливати на тлумачення тексту, і перекладач має враховувати цей вплив для забезпечення точності і адекватності, але креативність та гнучкість для адаптації тексту до нового культурного контексту не мають впливати на основне значення.

Загальна ідея полягає в тому, що переклад не може бути відокремлений від культурного контексту, а культура грає ключову роль у формуванні змісту та ефективності перекладу. Ставлення до перекладу як до феномену культури, допомагає враховувати цю важливу взаємодію між мовою та культурою.

Концепцію сприймання перекладу як феномену культури запропонував відомий американський лінгвіст і перекладач Юджин Найда (Eugene Nida). Він був одним із провідних фахівців у галузі теорії перекладу та мовознавства, та активно вивчав проблеми перекладу та лінгвістичного взаєморозуміння. Його роботи зазначають, що переклад - це не просто заміна слів однієї мови на іншу, а складний процес відтворення значення та контексту різних культур. Науковець підкреслював важливість культурного контексту у перекладі та розумінні текстів. Однією з важливих ідей, які висунув вчений, є концепція «динамічної еквівалентності», яка вказує на необхідність знаходження



адекватного виразу чи відповідника в мові-меті для відтворення ідеї чи концепції з мови-джерела. Він також висловлював ідеї щодо важливості адаптації перекладу до культурного контексту, щоб забезпечити правильне розуміння та ефективність передачі інформації.

Процес перетворення тексту для досягнення адекватного і тотожного сприйняття його реципієнтом в іншомовній культурі включає ряд етапів та процедур, які перекладачі використовують для забезпечення якісного та ефективного перекладу. Загальний процес перекладу можна представити наступним чином: розуміння тексту: перекладач ретельно розбирає текст, враховуючи не лише його лексичний та граматичний аспекти, але і культурні, історичні, соціальні та інші контекстуальні аспекти. Визначення специфіки аудиторії, щоб відповідати вимогам та очікуванням отримувачів тексту перекладу. Вибір стратегії перекладу, яка може представляти собою буквальний або вільний переклад, адаптацію чи локалізацію, враховуючи специфіку тексту та його культурний контекст. Аналіз культурних реалій та контексту, щоб правильно відтворити специфіку та значення слів, термінів та виразів, що використовуються в оригіналі. Вибір еквівалентних слів, виразів чи конструкцій, які краще відображають ідеї та специфіку оригіналу в новій мові та культурному контексті. Адаптація до лінгвістичного стилю: перекладач працює над тим, щоб адаптувати лінгвістичний стиль оригіналу до прийняттого стилю в мові-меті, зважаючи на відмінності у вживанні мовних засобів та стилів. Правильність та граматична коректність: перекладач звертає увагу на граматичні та мовні аспекти мови-мети, щоб забезпечити правильність та граматичну коректність перекладу.

Ревізія та виправлення: після перекладу текст переглядається та виправляється для вдосконалення точності, стилістичної правильності та адекватності. Пошук консультацій та зворотного зв'язку: перекладач може звертатися за консультаціями до носіїв мови чи експертів з культури, а також шукати зворотний зв'язок від реципієнтів для вдосконалення перекладу.

Процес перекладу, побудований таким чином, допомагає створити текст, який не лише лінгвістично правильний, а й відповідає культурному середовищу та сприймається отримувачем іншомовної культури адекватно і тотожно.

В процесі виконання роботи з'ясовано, що стратегія перекладу - це план, або система підходів, які використовуються перекладачем для вибору найефективнішого та адекватного способу відтворення тексту з мови-джерела на мову-мету. Вибір стратегії визначається різними чинниками, такими як характер тексту, його призначення, культурний контекст, аудиторія та інші особливості.

Серед основних стратегій перекладу називають буквальний переклад, коли перекладач використовує словникові відповідники слів та фраз мови-джерела без значних змін. Цей підхід може бути ефективним для точного відтворення інформації, але не завжди враховує культурні аспекти. Наступна стратегія - це вільний переклад, коли текст трактується так, щоб передати його сенс та ідеї, а не буквально передавати слова мови-джерела. Цей підхід дозволяє враховувати культурні відмінності та стилістичні аспекти. Ще одна стратегія – це адаптація: текст «пристосовують» до нового культурного контексту, враховуючи культурні відмінності та особливості аудиторії мови-мети. Локалізація – це спеціальний вид адаптації, що включає адаптацію тексту для конкретної локальної аудиторії, враховуючи особливості регіональної мови, культури та інших аспектів. Калькування: такий вид перекладу, коли використовуються буквальні еквіваленти для слів та виразів, не звертаючи уваги на специфіку культури мови-мети. Цей підхід може вести до нелогічних або незрозумілих конструкцій. Транскрипція, тобто заміна слів мови-джерела еквівалентами у мові-меті за допомогою фонетичного аналогу. Метафраза як вільний переклад, який враховує образи та метафори мови-джерела для передачі їх в мові-меті.

Таким чином доводимо, що переклад знаходиться в більш широкому контексті міжкультурної комунікації, мовної індустрії та мови для конкретних цілей. З'ясовано, що для оцінки правильності перекладу застосовують термін

«прагматична релевантність» який вказує на те, наскільки певна інформація, вислів чи дія важлива для конкретної ситуації чи контексту з точки зору її практичного значення та ефективності. Це поняття пов'язане з прагматикою, галуззю лінгвістики, що вивчає використання мови в конкретних ситуаціях та її вплив на спілкування. Коли говорять про прагматичну релевантність, це може вказувати, перш за все, на те, чи є інформація чи вислів прагматично релевантним, тобто, чи він враховує конкретний контекст чи ситуацію. Інформація вважається прагматично релевантною, якщо вона служить конкретній меті чи цілі в рамках спілкування, крім того, ця характеристика вказує на те, наскільки успішно використані мовні засоби та чи досягають вони своєї мети в конкретному контексті. Для того, щоб мовні засоби вважалися прагматично релевантними, вони мають враховувати особливості та очікування аудиторії, з якою ведеться спілкування і чи є таке вживання доцільним та адекватним для певної взаємодії між учасниками спілкування.

Отже, прагматична релевантність оцінює, наскільки ефективно та адекватно виражена інформація, враховує конкретний контекст та вимоги взаємодії, і тому при перекладі необхідно приймати до уваги міжкультурні та міжлінгвістичні особливості. Саме цьому сприяє застосування стратегія *domestication* «одомашнення» - такий підхід до відтворення тексту оригіналу, коли перекладач намагається надати текстові більш домашній, зрозумілий для читача мови-мети вигляд. Ця стратегія спрямована на те, щоб текст звучав так, ніби він був спочатку написаний у мові-меті, і враховує місцеві норми, стиль та виразні засоби цієї мови. Коли використовується стратегія одомашнення, перекладач старається уникнути буквального перекладу, особливо тих випадків, коли буквалізм може звучати незвично чи неприродно для мови-мети. Перевага надається виразам, які близькі до тих, як використовують у повсякденному мовленні читачі / глядачі мови перекладу. Ця стратегія особливо важлива при перекладі розмовної мови, гумористичних текстів, або текстів, спрямованих на широку аудиторію, де важливо, щоб текст був

доступним та зрозумілим для реципієнтів. Однак важливо також уникати втрати сенсу чи точності під час застосування стратегії одомашнення.

Термін *domestication* «одомашнення» у контексті перекладу був введений німецьким лінгвістом і перекладачем Вальтером Бендером (Walter Benjamin) у його есе *Die Aufgabe des Übersetzers* «Задачі перекладу». Це есе було написано в 1921 році та опубліковане посмертно. В своїй роботі автор досліджує різні аспекти перекладу, включаючи вплив культурних реалій та особливостей на процес перекладу, що виявилось важливим для розвитку теорії перекладу та вплинуло на подальші дослідження в цій галузі. Стратегія одомашнення може бути застосована в таких ситуаціях, як переклад розмовної мови. Якщо оригінал має розмовний характер, стратегія одомашнення допомагає зберегти цей стиль та ритм, що робить звучання тексту більш природнім. При перекладі гумористичних текстів стратегія одомашнення заключається у використанні жартів, гасел та ідіом, які також зрозумілі реципієнтам мови-мети. У літературному перекладі, особливо якщо текст має сильний культурний контекст, також важливо враховувати та адаптувати його до культурних особливостей мови-мети. У сфері реклами стратегія одомашнення може бути використана для створення тексту, який привертає увагу та розуміється цільовою аудиторією. У випадках, коли текст призначений для широкої аудиторії, яка слухає новини, або читає блоги та соціальні мережі, застосування стратегії одомашнення може підвищити зрозумілість та залучення читачів. Навіть при перекладі дитячих книг та інших матеріалів для дітей важливо враховувати культурні та лінгвістичні особливості молодшої аудиторії.

Стратегія *forenisation* «очуження», є протилежністю стратегії *domestication* «одомашнення» при перекладі. Ця стратегія полягає в тому, щоб намагатися зберегти «чужий», незвичайний характер оригіналу при перекладі. Вона акцентується на тому, щоб виявити та зберегти відмінності, неперекладні аспекти та унікальні риси оригіналу, навіть якщо це може зробити текст менш доступним або зрозумілим для аудиторії мови-мети. Основою даної стратегії є вірне відтворення мовної структури, особливостей стилю та виразів оригіналу,

при неспівпаданні звичайних норм чи конвенцій мови-мети, з метою збереження унікальності та естетичного виразу оригіналу.

Обираючи між стратегією одомашнення та стратегією очуження, перекладач визначає, які аспекти оригіналу важливіші для відтворення, щоб справити адекватне враження на читача мови-мети. Обидві стратегії можуть використовуватися в залежності від жанру, типу тексту, аудиторії та інших факторів, і абсолютно можливо притримуватися як стратегії очуження, так і стратегії одомашнення при перекладі одного твору. Це визначається завданнями перекладу, характером тексту, його жанром, аудиторією, інтенціями перекладача та іншими факторами. Наприклад, в різних частинах твору або для різних елементів тексту може використовуватися різна стратегія. Окремі фрагменти тексту можуть вимагати більш близького відтворення стилю та виразу оригіналу (одомашнення), тоді як інші можуть бути збережені більш буквально та вірно до оригіналу (очуження). Цей гібридний підхід дозволяє перекладачеві забезпечити баланс між вірністю оригіналу і зрозумілістю для аудиторії мови-мети. Креативний підхід до використання обох стратегій може допомогти вирішити перекладацькі проблеми, які виникають у процесі перекладу твору, особливо якщо оригінал має складні аспекти, які важко відтворити в іншій мові.

Одним з основних критеріїв оцінки якості перекладу є його адекватність, тобто здатність передати всі аспекти інформації та емоцій оригіналу без втрат чи викривлень. Адекватність можна розглядати на різних рівнях перекладу, включаючи лексичний рівень (відтворення слів та виразів мови-джерела з відповідними аналогами в мові-меті); синтаксичний рівень (збереження структури речень та граматичних конструкцій); семантичний рівень (точне відтворення значень фраз та виразів); стилістичний рівень (збереження стилістичних особливостей та тону оригіналу), та контекстуальний рівень: (урахування контексту та культурних особливостей, щоб вірно інтерпретувати текст). Переклад, який є адекватним, враховує всі важливі аспекти тексту оригіналу і забезпечує аналогічне розуміння для читача або слухача мови-мети.

Еквівалентність перекладу вказує на ступінь відповідності між текстами в мові-джерелі та мові-меті. Точний еквівалентний переклад є той, що передає всі аспекти смислу, структури та стилю оригіналу без значних втрат чи викривлень. Існує декілька видів еквівалентності, які перекладачі можуть враховувати, і, перш за все лексична еквівалентність яка передбачає збереження відповідності між словами та виразами мови-джерела та їх аналогами в мові-меті. Наступний рівень – це граматична еквівалентність, тобто збереження при перекладі граматичних структур та правил. Семантична еквівалентність, а саме точне відтворення значень слів та концепцій також відіграє важливу роль при перекладі. Найважливіші рівні – це прагматична еквівалентність: збереження прагматичного ефекту, тобто здатність перекладу викликати той же вплив чи реакцію, що і оригінал, та стилістична еквівалентність як врахування стилістичних рис та особливостей мови-джерела в мові-меті для відтворення ідіостилю автора оригіналу.

При досягненні еквівалентності перекладачі стикаються з такими труднощами, як різниця в культурних контекстах, відмінності в мовних конвенціях, а також властивості мов, із своїми унікальними аспектами, які не завжди мають прямий лексичний чи граматичний еквівалент в іншій мові. Таким чином, перекладач повинен бути гнучким та креативним, враховувати всі аспекти тексту та контексту. Досягнення еквівалентності перекладу при врахуванні стратегій одомашнення та очуження вимагає збалансованого підходу та уваги до кожного аспекту тексту. Реалізувати такий підхід можливо, беручи до уваги контекст, ретельно аналізуючи оригінал, враховуючи всі культурні, історичні та соціальні нюанси. Це допомагає визначити, які елементи тексту можна адаптувати для максимальної зрозумілості мови-мети, а які слід зберегти незмінними. Наступний крок - вибір правильної стратегії; потрібно визначити, які частини тексту вимагають більшого одомашнення для зручності читання аудиторії мови-мети, а які можуть бути більш точно передані за допомогою стратегії очуження. Важливо уникати буквального перекладу, оскільки це може призвести до втрати сенсу або неприродного звучання тексту.

Необхідно шукати альтернативні варіанти, щоб краще відтворити ідеї та емоції оригіналу, але це треба робити так, щоб зберегти стилістичні особливості оригіналу, використовуючи вирази та формулювання, які відповідають контексту та аудиторії мови-мети. Креативність та гнучкість допомагають творчому підходу та адаптації, тому можливо впроваджувати нові концепції чи образи, якщо вони сприяють зрозумілості та відтворюють інтенції автора. Інколи необхідно отримання зворотного зв'язку - консультація з носіями мови-мети або представниками цільової аудиторії як допомога перекладачеві у коригуванні та вдосконаленні тексту перекладу. Загальний підхід має бути узгодженим та орієнтованим на забезпечення адекватності та зрозумілості, при збереженні ключових елементів оригіналу.

## РОЗДІЛ II

### СТРАТЕГІЇ КУЛЬТУРНОЇ АДАПТАЦІЇ ТЕКСТУ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ МУЛЬТСЕРІАЛУ «СІМПСОНИ»

Відомо, що література та масова культура мають вплив на формування мовної картини світу читачів та глядачів. Серед таких феноменів культури можна назвати мультиплікаційний серіал «Сімпсони», який відображає американські цінності та ідеали, поруч з проблемами, з якими стикається суспільство. «Сімпсони» (англ.: [The Simpsons](#)) – найдовший анімаційний серіал в історії американського телебачення: понад 450 епізодів, які, у свою чергу, об'єднані у 22 сезони, кожний приблизно по 20 серій. Телеканал «Фокс» почав трансляцію 17 грудня 1989 року; Метт Грейнінг став автором ідеї, яку здійснила продакшн-компанія «Gracie Films». Мультиплікаційний серіал «Сімпсони» – сатирична пародія на життя пересічного американця, втілена в сім'ї Сімпсонів. ([sites.google.com](https://sites.google.com)) Дія відбувається в уявному місті Спрингфілді (англ.: Springfield). Події з життя сім'ї стосуються багатьох аспектів людського життя взагалі, американської культури як такої, проблем у суспільстві, тощо. На виконання роботи відібрано 500 прикладів, які потребують культурної адаптації при перекладі. Ми розділили їх на смислові групи. Далі ми розглянемо приклади детальніше та надамо їх лінгвістичний та перекладознавчий аналізи.

#### 2.1 Стратегії адаптації засобів створення комічного ефекту

Перш за все, ми розглянули стратегії адаптації, застосовані при відтворенні комічного ефекту в оригіналі та перекладі мультсеріалу «Сімпсони». В ході дослідження було встановлено, що найуживаніший стилістичний прийом, який застосовується в оригіналі – це алогізм. Нами було виділено 55 прикладів (19,9%) застосування цього стилістичного прийому, який можна проілюструвати наступним прикладом:



Англ.: - Psst, cleaning lady. Would you let us out of here? - Me? I'm Dolly Parton. - I didn't ask for your life story.

Укр.: - Псс! Прибиральнице, випустіть нас! - Я? Я – Доллі Партон!  
- По барабану!

В цьому епізоді зустрічаємо ім'я Доллі Партон (англ.: Dolly Parton) – американської кантрі-співачки і кіноактриси. Вона написала більше як 600 пісень і двадцять п'ять разів піднімалась на верхню позицію кантрі-чартів журналу «Біллборд». Визнана в США однією з найуспішніших співачок в цьому жанрі, отримала титул «Королева кантрі». Оскільки ім'я цієї співачки досить відоме у всьому світі, перекладач залишив його без змін.

В тексті оригіналу бачимо алогізм, тобто несумісність. Після того як відома кантрі-виконавиця представилась, Гомер неввічливо відповів I didn't ask for your life story (Я не питаю про історію вашого життя). В даній ситуації така відповідь абсурдна і нелогічна, оскільки після того, як відома співачка та акторка назвала своє ім'я, було б логічно, якби Гомер здивувався та зрадив такій несподіваній зустрічі із зіркою. В перекладі цей алогізм було збережено, адже українською мовою ця репліка була передана сленговим висловлюванням «по барабану». Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: - It's a terrible disorder **where the skeleton tries to leap out the mouth and escape the body. (dokumen.tips)** - Now you're talkin'!

Укр.: - Це жахливе захворювання, коли скелет намагається вистрибнути крізь рота і втекти. - Оце вже круто!

Перша репліка належить Доктору Ніку Рів'єрі (**Dr. Nick Riviera (dokumen.tips) (dokumen.tips)**) – одному з персонажів мультсеріалу «Сімпсони». Доктор Нік – невдалий лікар-шарлатан. Цей образ був задуманий, як пародія на псевдолікарів, з сумнівним минулим та освітою. Друга репліка належить Ейбу Джей Сімпсону (Abraham Jay Simpson), його знають як Дідуся Сімпсона, він також персонаж мільтиплікаційного фільму, мешканець спрингфілдського Дому пристарілих, найстарший в сім'ї та батько головного героя серіалу – Гомера Сімпсона.

В цьому випадку алогізм виражений в другій репліці, адже подібна реакція на сказане у першій репліці є нелогічною і абсурдною, оскільки Доктор Нік назвав «жахливу» за його словами хворобу, було б логічно, якби Дідусь Сімпсон злякався або здивувався тому факту, що він тяжко хворий. В перекладі цей стилістичний засіб збережено. Було застосовано перекладацьку трансформацію модуляцію. Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: - Bart, I asked you to watch your sister. - I tried to stop her, but she overpowered me.

Укр.: - Барте, я просила тебе подивитися за нею. - Я намагався її зупинити, але вона сильніша.

В цьому діалозі між Мардж та Бартом йдеться про Маргарет «Меггі» Сімпсон (Margaret "Maggie" Simpson) – одну з головних героїв мультсеріалу «Сімпсони», найменшу доньку Гомера Сімпсона та Мардж Сімпсон. Протягом усіх років серіалу Меггі ніяк не виросте і завжди залишається немовлям у повзунках та підгузнику. Бачимо алогізм в другій репліці, оскільки Меггі – немовля і вона ніяким чином не могла пересилити свого старшого брата. Алогізм в перекладі збережено. Застосована модуляція. Наступний приклад:

Англ.: - Well, I think we should spend the money on something the whole town can be proud of. - Like a giant billboard that says: "No fat chicks". ([www.imdb.com](http://www.imdb.com))

Укр.: - Я думаю гроші треба витратити на те, чим пишатиметься все місто. - Наприклад, на плакати: «Геть гладких жінок!».

Бачимо алогізм в цій ситуації в другій репліці, яка належить Гомеру, адже така відповідь на пропозицію Мардж абсурдна, оскільки плакати з написом «Геть гладких жінок!» не можуть стати суспільним надбанням жителів міста. Отже, в перекладі алогізм збережено. Але втрачено сленгове слово chick (дівчина, молода жінка), адже його було замінено на нейтральне слово «жінка». Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: I have been shot eight times this year and as a result, I almost missed work. ([lists.netfilter.org](http://lists.netfilter.org))

Укр.: Цього року мене поранити шість разів і я постійно запізнитися на роботу.

Ця репліка належить Апу Нахасапімапетілону (Apu Nahasapeemapetilon), або просто Апу – продавцю у магазині Kwik-E-Mart, одному з найближчих друзів Гомера Сімпсона. Апу – іммігрант з північної Індії. Перекладач навмисне наділяє персонажа мультсеріалу безграмотною мовою для того, щоб підкреслити його походження та статус. В цьому випадку для надання індивідуальної особливості мовлення було застосовано одомашнення. В репліці Апу (Apu) – присутній алогізм, оскільки причинно-наслідковий зв'язок в реченні є абсурдним та нелогічним. В перекладі цей прийом збережено, внаслідок застосування компенсації ця репліка відтворюється в перекладі з індивідуальною особливістю мовлення персонажу. Також на лексико-синтаксичному рівні ми виділили дуже вдалий засіб створення гумористичного ефекту – повтор в кількості 43 прикладів (15,5%). Він є більш поширеним стилістичним прийомом в англійській мові, ніж в українській, але трапляються випадки, коли його обов'язково потрібно відтворити в перекладі. Наприклад:

Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: - Come on, Lenny. I need four more guys to fill my Super Bowl bus. What do you say? - Nah. - Come on! - Nah. - Come on!- Nah.- Oh, come on! - Ah...

Укр.: - Ленні, давай, мені потрібно ще четверо, щоб заповнити автобус. Що скажеш? - Давай! – Не!- Давай!- Не.- Ну давай!- Ну...

В цьому випадку гумор утворюється за допомогою повтору – для того, щоб Гомер безкоштовно поїхав на фінальний футбольний матч, йому потрібно знайти достатньо охочих поїхати на фінал, щоб заповнити екскурсійний автобус. В цій ситуації він активно вмовляє Ленні поїхати з ним, але той не погоджується одразу, тож виникає комічна ситуація, повторюються репліки Come on! (Давай!) та Nah (Не!) і в кінці діалогу бачимо, що Ленні вже готовий погодитись і промовляє: Ah... (Ну...). В діалозі бачимо повтор. В перекладі його було збережено. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: - You have plenty of white shirts.- Oh, gimme, gimme, gimme. Oh, no! Pink! Pink! Pink!

Укр.: - У тебе купа білих сорочок. - О, давай, давай, давай! О ні! Рожева! Рожева! Рожева!

Гомер поспішає вранці на роботу й дізнається, що всі його білі сорочки полиняли під час прання й тепер мають рожевий колір. В цьому випадку гумористичний ефект утворюється за допомогою повтору, яким виражено перебільшене значення кольору одягу для Гомера. В цій ситуації повтор виражений у вживанні повторюваного розмовного дієслова gimme – скорочення від give me та прикметника pink. Як бачимо, в перекладі повтор було збережено. Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: **First I was nervous, then anxious, then wary then apprehensive, then kind of sleepy then worried and then concerned.**

Укр.: Рознервувалася, розхвилювалася, заспокоїлася, змирилася, заснула, спереживалася і знову розслабилася.

В цьому випадку в оригінальному висловлюванні присутній повтор однорідних частин мови, а саме прикметників. В перекладі цей засіб зберігся, але відбулась заміна частини мови – тепер повтор виражений у повторюваних дієсловах. Далі під час дослідження ми виділили також групу стилістичних засобів, до якої віднесли каламбури в кількості 42 одиниць (15,2%). Наприклад:

Англ.: Now come and get your catskins, I mean, sheepskins.

Укр.: Ну, підходьте беріть свій хрест, тобто диплом.

В цьому випадку гра слів основана на спільній морфологічній ознаці слів catskin (котяча шкура) та sheepskin (розмовне слово, яке належить до американського варіанту англійської мови, означає «диплом») – ці слова мають однакові корені -skin. В перекладі було зроблено спробу зберегти гру слів, для цього було застосовано модуляцію, внаслідок якої висловлювання get your catskins було замінено на дещо змінений алегоричний вислів «нести свій хрест», тобто терпляче виконувати свій обов'язок, мужньо зносити удари долі та її негаразди. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: - How do your feet do that?- The moonwalk?- No, your feet!

Укр.: - Як ти так робиш ногами?- Місячну ходу?- Ні! Земну, тільки прикольно.

В цьому випадку в діалозі МО присутня гра слів, основана на недостатньому розумінні одного із співрозмовників – Гомером, значення слова moonwalk (місячна хода). В перекладі цей прийом зберігся, але гра слів у інших словах (місячний – земний). Було застосовано модуляцію.

Під час дослідження ми виділили 35 прикладів (12,6%) застосування стилістичного засобу алюзії, яка в більшості випадків була виражена реаліями. Наприклад:

Англ.: Wait. If I remember my Heloise the trick to getting out gum... is peanut butter!

Укр.: Стривай, дай Боже пам'яті. Для того, щоб забрати жуйку потрібно... горіхове масло!

В цьому випадку бачимо алюзію, виражену ономастичною реалією – Heloise. В цій ситуації йде мова про колонку, що публікується в багатьох газетах США. Ця колонка має назву Hints from Heloise, вона містить в собі корисні поради по домашній роботі. Автором цієї колонки була Елуїз Боулз Круз (англ.: Heloise Bowles Cruse) – відома американка, яка почала вести свою колонку в газеті Honolulu Advertiser в 1959 році. Вже в 1961 році про її успіх написав журнал Тайм (англ.: Time magazine). В 1964 році поради від Елуїз друкувались в 593 газетах на території США та за кордоном. Після смерті Елуїз її почесну справу продовжує донька – Кіа Мішель Круз (англ.: Kiah Michelle Cruse). На цей час у продажу існує 8 томів порад від Елуїз. Отже, ця ономастична реалія – алюзія. В перекладі її було втрачено внаслідок застосування перекладацької трансформації – генералізації.

Розглянемо наступний приклад:

Англ.: Oh, no! I've killed Wilson!

Укр.: Я вбив сусіда!

Wilson – ім'я одного з головних героїв американської ситуаційної комедії Home Improvement. Отже, в цьому випадку це ономастична реалія – алюзія на ситком. Як бачимо, в перекладі ця алюзія була втрачена, внаслідок застосування генералізації. Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: Perhaps in Shangri-la they are, but not here.

Укр.: Хіба що в раю, але не тут!

Shangri-la – вигадана країна, описана в 1933 році в новелі письменника-фантаста Джеймса Хілтона «Втрачений горизонт». Шангри-Ла Хілтона є літературною алегорією Шамбали. Отже, ця ономастична реалія – це алюзія на літературний твір. В перекладі цей стилістичний засіб було втрачено внаслідок застосування модуляції.

Далі нами було виділено 24 одиниць (8,7%), які ми віднесли до групи стилістичних засобів – антиклімаксу. Наприклад:

Англ.: - Tell me where you're from? - Georgia. - Texas. - Brooklyn- Russia. - New Hampshire. - Homer.

Укр.: - Скажіть мені звідки ви? - Джорджія. - Техас. - Бруклін. - Расія. - Нью-Гемпшир. - Гомер.

В цьому прикладі ми бачимо прийом антиклімаксу, оскільки називається декілька географічних назв, завдяки чому відбувається посилення емоційного і смислового змісту, а потім називається власне ім'я, що призводить до різкого пониження. В перекладі було застосовано дослівний переклад. Стилістичний прийом збережено.

Ми виділили 26 випадків (9,4%) застосування паралельних конструкцій. Наприклад:

Англ.: - I'm Michael Jackson from the Jacksons.

- I'm Homer Simpson from the Simpsons. ([www.planetclaire.tv](http://www.planetclaire.tv))

Укр.: - Я Майкл Джексон з Джексонів.

- А я – Гомер Сімпсон з Сімпсонів.

The Jacksons (також The Jackson 5, The Jackson Five, 5ive, J5) — американський поп-гурт, утворений в 1965 році. В складі цього гурту починав

свою кар'єру видатний поп-виконавець Майкл Джексон (Michael Jackson). В цьому випадку виникає комічна ситуація через те, що Гомер ніколи не чув про поп-гурт та популярного співака, який починав свою кар'єру у складі цього гурту. Таким чином, бачимо паралельну конструкцію виражену в ідентичній синтаксичній конструкції двох речень. В перекладі цей прийом було збережено за допомогою дослівного перекладу.

Під час дослідження ми виділили також 20 прикладів (7,2%) застосування клімаксу. Наприклад:

Англ.: A Mounds bar is not a sprinkle. A Twizzler is not a sprinkle. A Jolly Rancher is not a sprinkle, sir.

Укр.: Батончик – це не присипка. Цукерка – це теж не присипка. Смоктулька – це не присипка.

Mounds – назва шоколадного батончика, який виготовляє компанія Hershey's. Складається з кокосової стружки та шоколаду. Twizzler – назва популярної в США та Канаді цукерки з фруктовим смаком. Jolly Rancher – цією назвою позначають одразу декілька видів цукерок: льодяників, жуйок і т.ін. Всі ці реалії були відтворені в перекладі за допомогою генералізації, тобто було застосовано родо-видову заміну, внаслідок якої назви конкретних цукерок було замінено на слова з більш ширшим значенням.

В цьому випадку бачимо застосування клімаксу, яке виражене у наростанні інтонаційно-сміслового напруження в цьому висловлюванні. В перекладі цей прийом було збережено.

Також нами було виділено 17 випадки (6,1%) застосування стилістичного засобу – антономазії. Наприклад:

Англ.: Way to drink, Poindexter!

Укр.: Ти хоч би пити навчився!

Ця репліка належить Нельсону Мюнцу, він адресує її Мілгаусу (повне ім'я – Мілгаус Муссоліні ван Гутен (англ.: Milhouse Mussolini Van Houten)). Мілгаус – один з персонажів мультсеріалу «Сімпсони». Йому 10 років, він найкращий друг і однокласник Барта Сімпсона. Образ Мілгауса побудований на

досить поширеному стереотипі про розумних очкариків, але у серіалі він зображений як занадто довірливий хлопчик посереднього інтелекту.

В цьому випадку сленгове слово *roindexter* означає особу, яка виглядає і діє як людина, що прагне до навчання, але не має особливих розумових здібностей. Нельсон звертається до Мілгауса словом *roindexter*, в цьому випадку це приклад застосування антономазії. В перекладі цей стилістичний засіб втрачено внаслідок застосування перекладацької трансформації вилучення. Також перекладач застосував модуляцію – в перекладі інтерпретується іронічне зауваження Нельсона *way to drink* (дослівно: спосіб пити), яке виражає глузливо-критичне ставлення Нельсона до Мілгауза.

Ми також виділили групу, до якої віднесли приклади застосування порівняння в кількості 15 одиниць (5,4%). Наприклад:

Англ.: *You know, a town with money's a little like the mule with a spinning wheel.*

Укр.: Народ, місто з грішми – це як осел з колесом.

В цьому випадку бачимо порівняння *like the mule with a spinning wheel*. *A spinning wheel* (укр.: прядка) – це хатній верстат, призначений для ручного прядіння, який приводиться в рух ножним або ручним приводом. В перекладі це порівняння було відтворено за допомогою модуляції. Такий переклад можна назвати вдалим, оскільки в оригіналі присутнє порівняння з застарілим предметом побуту, який вже майже не використовують, а в перекладі – порівняння міста із «ослом з колесом» – добре зрозуміле для українського глядача.

Отже в ході дослідження стилістичних засобів створення комічного ефекту в мультсеріалі «Сімпсони», ми виявили, що комічний ефект створюється найчастіше за допомогою алогізмів (55 прикладів – 19,9%), повторів (43 прикладів – 15,5%), каламбурів (42 прикладів – 15,2%) та алюзій (35 од. – 12,6%). Найменш уживаними стилістичними засобами виявились антономазія (17 прикладів – 6,1%) та порівняння (15 прикладів, 5,4%). Як бачимо, було виділено порівняно небагато стилістичних засобів створення комічного



ефекту, оскільки гумор в «Сімпсонах» в більшості випадків має ситуативний характер.

## 2.2 Відтворення реалій

Під час виконання дослідження було встановлено, що найоб'ємніша група реалій – це група ономастичних реалій, кількість яких становить 101 одиницю (68,7% від загальної кількості прикладів). Ономастичні реалії завжди національно вирізняються, оскільки власні імена виступають носіями певного національного колориту. Найбільшою підгрупою ономастичних реалій є підгрупа антропонімів, кількість яких становить 37 одиниць, тобто 36,5% від загальної кількості ономастичних реалій. До цієї групи входять особові імена та прізвища. Серед власних імен - реалій бачимо імена та прізвища громадських діячів, літераторів, спортсменів, артистів, військових, художників, та інших відомих людей, тому виникає необхідність вдаватися до перекладацьких коментарів. Наприклад:

Англ.: How do we turn Joe Six-pack against Mary Bailey?

Укр.: Але скажіть, як нам налаштувати народ проти Мері Бейлі?

В цьому випадку Joe Six-pack – загальна назва звичайного американця. Ім'я Joe – використовується на позначення звичайного американця; це, як правило, білий чоловік 30-50 років з робочого осередку, який має звичку після роботи випити Six-pack упаковку (шість банок) пива. Це загальне власне ім'я – антропонім. Таким чином загальну назву середньостатистичного американця Joe Six-pack було перекладено українською мовою як «народ», тобто перекладач використав слово з більш ширшим значенням – застосував перекладацьку трансформацію генералізацію, тим самим спрощуючи сприйняття висловлювання для реципієнта іншомовної культури. Загальній зміст висловлювання збережено. Реалію втрачено.

Далі під час дослідження ми виявили декілька псевдо-реалій – власні імена, якими містер Бернз позначає пересічного американця. Наприклад:

Англ.: By the time this paid political announcement is done, every Johnny Lunchpail in this whole stupid state will be eating out of my hands.

Укр.: Після цього виступу по телебаченню, всі Васі і Вані нашого дурного штату махатимуть мені хвостами!

Johnny Lunchpail – загальне ім'я та прізвище, яким містер Бернз позначає середньостатистичного американця. Johnny – (укр.: Джонні) – прізвисько американців-прихильників Конфедерації під час Громадянської війни 1861-1865 рр. Lunch pail – lunch box (ланчбокс) – популярна серед американців невеличка скринька з бутербродами, печивом, пакетиком соку і т. п., яку беруть із собою в школу, на роботу, деінде. Для відтворення цієї реалії перекладач застосував модуляцію, внаслідок чого було замінено незрозуміле українському глядачеві ім'я на його функціональний аналог в українській культурі, тобто на поширені ім'я в нашій країні – Василь та Іван. Також в цьому висловлюванні вжито ідіоматичний зворот to eat out of one's hands, який означає – «прийняти перевагу (вплив) іншої людини». Внаслідок застосованої модуляції це висловлювання було замінено на еквівалент в українській мові.

Подібне спостерігаємо і у наступному прикладі:

Англ.: I see. Every Joe Meatball and Sally Housecoat in this godforsaken state will see me chow down with Eddie Punchclock.

Укр.: Зрозумів! Усі дяді Васі і тьоті Маші цього ідіотського штату побачать мене за одним столом із собою подібними.

Joe Meatball – загальне збірне власне ім'я, яким позначають пересічного американця, оскільки Meatball – це популярна серед американців м'ясна страва, яка представляє собою кульки з м'ясного або рибного фаршу. У світі добре відома пристрасть американського народу до м'ясних страв, тому пересічного американця називають поширеним чоловічим ім'ям Джо (Джо) та прізвищем Meatball.

Sally Housecoat – загальне ім'я, яким позначають пересічну американку, оскільки housecoat – це жіночий одяг, як правило, довгий і вільний халат, який часто одягають для роботи по дому та відпочинку.

Eddie Punchclock (to punch a clock) – означає «покласти карту в спеціальну машину для запису коли ви приходите і йдете з роботи». Оскільки в США погодинна оплата праці, то саме таким чином більшість середньостатистичних працівників США починають і закінчують свій робочий день на підприємствах.

Оскільки пояснити чому містер Бернз використав саме ці імена для позначення середньостатистичного американця в перекладі є ані доцільним, ані можливим, то перекладач застосував модуляцію й замінив вигадані містером Бернзом псевдо-реалії на поширені в нашій країні жіночі та чоловічі імена – Васі, Вані, Маші. Реалія втрачена, але зміст (що в цьому випадку є важливішим) зберігся.

Розглянемо наступний приклад:

Англ.: And the celebrity on the maiden voyage was Gallagher.

Укр.: На відкриття запросив Кубанський козачий хор.

В оригіналі висловлювання згадується ім'я Леона Ентоні Галахера молодшого (англ.: Leo Anthony Gallagher, Jr.) – відомого американського коміка, виступи якого мають одну особливість – Sledge-O-Matic прийом, який заключається в тому, що в кінці кожного виступу комік дістає великого дерев'яного молотка і розбиває вщент все, що потрапиться йому під руку (зазвичай це купа різноманітних, заздалегідь підготовлених речей: комп'ютерні клавіатури, пиріжки, тюбики зубної пасти і т.п., а найпопулярніші серед усього цього – кавуни). В виступах цього коміка чітко просліджується критика ідеології споживання, поширеної як в США, так і у всьому світі. Цей прийом, як і сама назва прийому, є пародією на телевізійну рекламу кухонного пристрою для подрібнення овочів Ronco Veg-O-Matic, який дуже активно рекламували на телебаченні в 60-70-ті роки. Отже ім'я американського коміка – це ономастична реалія, антропонім. Для того, щоб жарт не втратив своєї колоритності перекладач застосовує модуляцію й знаходить функціональний аналог в нашій культурі, яким виявився Кубанський Козачий хор. Оскільки діяльність

американського коміка і хорového співочого колективу відноситься до сфери розваг, то таку заміну можна назвати вдалою.

Розглянемо наступний приклад:

Англ.: Now I'd like to turn things over to our grand marshal Mr. Leonard Nimoy.

Укр.: Я передаю слово зірці «Зоряного шляху», містеру Леонарду Німому.

В цьому випадку в оригінальному висловлюванні бачимо ім'я Mr. Leonard Nimoy (укр.: Леона́рд Німо́й) – американський кіноактор. Леонард Німой – син українських єврейських емігрантів. Глядачі знають його насамперед за роллю Спока – представника вулканської планетної раси у фантастичному серіалі «Зоряний шлях» або «Стар трек» («Star Trek») – ([uk.unionpedia.org](http://uk.unionpedia.org)) найдовшому серіалі в історії кіно (внесений до Книги рекордів Гінесса). Отже ім'я цього американського кіноактора – ономастична реалія, антропонім. Оскільки цей серіал та його головні актори досить відомі українському глядачеві, то перекладач застосував прийом передачі реалії транскрипцією, тобто механічним перенесенням реалії з мови перекладу у мову оригіналу за допомогою перекладацької транскрипції, що сприяє максимальному наближенню до фонетичної форми оригіналу.

Розглянемо наступний приклад:

Англ.: We've been beaten by "A Connie Chung Christmas"!

Укр.: Ми програли навіть Першому Національному!

В цьому випадку в оригіналі йдеться про різдвяну телепередачу за участю Connie Chung (повне ім'я: Constance Yu-Hwa Chung Povich) (Конні Чанг) – відомої американської журналістки, яка працювала телеведучою та репортером для таких мереж телевізійних новин США як: NBC, CBS, ABC, CNN, та MSNBC. Також ця журналістка відома низкою інтерв'ю зі знаменитостями. Отже, це індивідуальне ім'я – ономастична реалія, антропонім. Оскільки, як ми зазначали вище, за свою тривалу кар'єру Конні Чанг працювала на багатьох телевізійних каналах США та є автором великої кількості інтерв'ю,

в Америці її діяльність пов'язують із чимось набридливим, нудним та непопулярним. В нашій країні ім'я американської тележурналістки маловідоме, тож перекладач застосовує модуляцію, й заміняє назву телепередачі за участю Конні Чанг назвою головного українського державного телеканалу – Перший національний. Таку трансформацію можна назвати вдалою, оскільки Перший національний телеканал відрізняється від інших приватних телеканалів нудними, непопулярними телепередачами та набридливою рекламою телемагазинів.

Розглянемо наступний приклад:

Англ.: We're eating with the common man, not Tyrone Power.

Укр.: Ми в гостях у звичайного працівника, а не у кінозірки.

Tyrone Power (повне ім'я англ.: Tyrone Edmund Power Junior; укр.: Тайрон Едмунд Пауэр молодший) – ім'я відомого американського театрального та кіноактора, найбільш відомого своїми романтичними ролями в класичних голлівудських фільмах 30-50х років минулого століття. В цьому випадку ім'я актора – це ономастична реалія, антропонім. Перекладач застосував генералізацію, яка **дозволяє приблизно передати зміст реалії одиницею з більш широким ([www.rshu.edu.ua](http://www.rshu.edu.ua))** значенням, таким чином ім'я актора було замінено узагальненням «кінозірки». В результаті маємо звичайне, зрозуміле глядачу речення. Реалія втрачена.

Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: You're right, Marge. Just like the time I could've met Mr. T. at the mall.

Укр.: Мардж, ти права. Згадай як я не познайомився зі Шреком на виставці.

Бачимо ім'я Mr. T (Laurence Tureaud) (укр.: Містер Ті; справжнє ім'я: Лоренс Т'юрó) американський актор, один із найбільш упізнаваних чорношкірих американських акторів (має ірокез на голові і велику кількість золотих ланцюгів на тілі). Зіграв у десятках кінофільмів, телесеріалів та документальних стрічок, де знявся в тому числі і в ролі самого себе. Найбільш

популярні ролі в телесеріалі «Команда А» (The A-Team) і голлівудському фільмі «Роккі 3» (Rocky III). Згідно з опитуванням Британської мовної корпорації (Бі-Бі-Сі), Містера Ті вважають одним з людей, які мали найбільший вплив на американську історію (посів 4 місце, після Гомера Сімпсона, Авраама Лінкольна та Мартіна Лютера Кінга). Отже ім'я цього актора можна віднести до ономастичних реалій, а саме до групи антропонімів. Оскільки цей актор не настільки популярний в Україні, як в США, то перекладач вирішив застосувати модуляцію й замінити його ім'я іменем, більш відомим в нашій країні – іменем вигаданого персонажа дитячої книги Вільяма Стейга «Шрек!» (Shrek), а також знятої за її мотивами популярної серії анімаційних фільмів. Ми вважаємо, що перекладач добре впорався зі своєю задачею.

Розглянемо наступний приклад:

Англ.: Did you send thousand roses to Bea Arthur's grave?

Укр.: Ти відправив тисячу троянд на могилу Шарикаса?

В вище наведеній репліці ми зустрічаємо ім'я Bea Arthur (англ.: Beatrice "Bea" Arthur; укр.: Беатрис Артур) – американська акторка, найвідоміша по ролі Дороти Зборнак в телесеріалі, ситуаційній комедії «Золоті дівчатка». Ім'я цієї американської комедійної актриси є ономастичною реалією, антропонімом. Тож бачимо, що в перекладі було застосовано перекладацьку трансформацію модуляцію. Оскільки ім'я американської акторки невідоме в нашій культурі перекладач вирішив замінити його ім'ям Шарикас. Розглянемо ще один приклад:

Англ.: And besides, I gotta go sing a medley with Rob Lowe and Stomp.

Укр.: До того ж мені треба виступати у перерві.

В наведеному вище висловлюванні зустрічаємо ономастичну реалію, антропонім Rob Lowe – ім'я американського актора. Серед його ранніх робіт у кіно – провідні ролі у фільмах «Вигнанці», «Вогні святого Ельма», «З приводу того, що трапилося вчора вночі...». Найбільш відомі ролі на телебаченні – в серіалах «Західне крило» (NBC) і «Брати і сестри» (ABC).

Stomp – нетрадиційна танцювальна трупа з Брайтона, Великобританія. Учасники цього танцювального колективу використовують тіло й звичайні об'єкти (запальничку, мітлу, стілець, сміттєві баки) для створення «фізичного театру», в якому надається особливе значення використанню фізичного руху. Назва трупи є ономастичною реалією. Оскільки обидві ономастичні реалії маловідомі в Україні, перекладач застосував модуляцію, внаслідок чого ці реалії було втрачено у висловлюванні МП – до того ж мені треба виступати у перерві – результат застосування перекладацької трансформації можна назвати вдалим, оскільки саме про виступ у перерві футбольного матчу йшлося в оригінальному висловлюванні. Таким чином висловлювання стало більш зрозумілим та полегшеним для сприйняття українському глядачу.

Далі під час нашого дослідження ми додатково виділили ряд ономастичних реалій, які називають інші різноманітні культурні явища, такі як: фільми, мультфільми, музичні альбоми, дослідження, комікси і таке інше. Загалом ця підгрупа ономастичних реалій нараховує 30 одиниць, що становить 29,8% від загальної кількості ономастичних реалій:

Розглянемо такий приклад:

Англ.: These Nielsen ratings are the lowest ever.

Укр.: Рейтинг найнижчий за всю історію.

В оригіналі бачимо власну назву Nielsen ratings (укр.: рейтинг Нільсена) – це дані про відносну популярність всіх комерційних телевізійних програм, які транслюються в мережах найбільших телекомпаній США. Регулярно публікуються в доповіді спеціалізованої компанії Nielsen's Media Research Group. Ці дані відображають кількість (у відсотках) телевізійних приймачів, налаштованих на кожний з каналів під час демонстрації оцінюваних програм. Отже, назву дослідження рейтингу телепередач можна назвати ономастичною реалією. В перекладі ця реалія передається за допомогою генералізації. Перекладач відмовився від транскрипції назви цього дослідження й передав зміст значення цієї реалії одиницею з більш широким значенням, адже зміст значення реалії рейтинги Нільсена невідомий українському глядачу. Хоча

реалію було втрачено, на нашу думку, перекладач впорався з перекладом, адже зміст висловлювання в перекладі переданий вірно.

В наступному прикладі бачимо:

Англ.: And another thing, how come I can't get no Tang around here?

Укр.: І ще одне, чому не повторюють серіали?

Ця репліка, адресована представнику космічного агентства НАСА, належить Гомеру Сімпсону.

В оригіналі висловлювання зустрічаємо власну назву Tang – це напій зі смаком апельсину, створений компанією General Foods Corporation вченим Віл'ямом Мітчелом (англ.: William Mitchell) в 1957 році. Спочатку продавався у порошковій формі й перед використанням його потрібно було розбавити водою. Танг погано продавався аж доки НАСА не використала його під час першої пілотованої космічної програми США – космічного польоту Джона Глена (англ.: John Glenn) на космічному кораблі «Меркурій», а згодом під час космічної програми «Джеміні» (англ.: Gemini). З того часу «Танг» був тісно пов'язаний з пілотованими польотами НАСА, що стало причиною виникнення помилкового уявлення про те, що «Танг» був винайдений для використання під час космічних польотів. Отже, назва цього напою є ономастичною реалією. В цьому випадку реалія була втрачена. В цьому разі для заміни назви напою Tang було використано слово серіали, оскільки перекладач вирішив, що питати у представника Національного управління аеронавтики і космосу США про напій рівною мірою безглуздо як і про серіали. Отже, перекладач застосував модуляцію, внаслідок чого, на нашу думку, зміст висловлювання був частково переданий, а контекст адаптований для сприйняття українським глядачем.

Наступний приклад:

Англ.: In 1979, I got real depressed when my Off the Wall album just got one lousy Grammy nomination.

Укр.: Коли мій новий альбом висунули лише на один Греммі.

Ця репліка належить Леону Комповскі (англ.: Leon Compowski) – одному із персонажів мультсеріалу «Сімпсони». Спочатку виявляється, що



Леон психічно хворий, який думає, що він Майкл Джексон, але згодом стає відомо, що він абсолютно здорова людина й усвідомлює, що він не Майкл, а лише видає себе за нього.

Отже в оригінальному висловлюванні бачимо назву альбому *Off the Wall album*, що є назвою п'ятого студійного альбому Майкла Джексона. Це перший альбом, що приніс музикантові всесвітню популярність. Цей альбом вийшов зовсім не схожим на попередні роботи співака. Вокал Майкла був дуже високо оцінений критиками. Альбом приніс співакові його першу премію «Греммі».

Також бачимо назву нагороди *Grammy nomination*. «Греммі» (англ.: «Grammy» від *gramophone* – «грамофон») – це премія була заснована Американською академією звукозапису у 1958 році, це – одна з самих престижних нагород для діячів культури, по важливості вона дорівнює хіба що премії «Оскар». Отже назва музичного альбому Майкла Джексона та назва музичної нагороди Греммі є ономастичними реаліями, які позначають різні культурні явища. Назву альбому було передано в перекладі за допомогою модуляції для того, щоб значення висловлювання було зрозуміле навіть тим, хто не є шанувальником творчості співака. Назву нагороди було транскрибовано, оскільки, як вже було зазначено вище, Греммі – всесвітньовідома музична нагорода.

Далі в нашому дослідженні було виявлено підгрупу ономастичних реалій, до якої входять назви компаній, магазинів, інформаційних агентств, газет, тощо. Кількість реалій, які ми відібрали до цієї підгрупи становить 25 одиниць, що склало 24,8% від загальної кількості ономастичних реалій. Від перекладача вимагається знання фонові інформації та лінгвокраїнознавчих фактів для адекватного перекладу такого тексту. Наприклад:

Англ.: *And here's country singing sensation Lurleen Lumpkin fresh from her latest stay at the Betty Ford Clinic!*

Укр.: *Відома кантрі співачка Лурлін Лампкін щойно повернулась з клініки лікування алкоголізму!*

Бачимо, що в оригіналі присутня назва the Betty Ford Clinic – це неприбутковий лікувальний заклад, розташований в місті Ранчо Міраж, штат Каліфорнія. Клініку ліцензовано для стаціонарного амбулаторного та денного (без цілодобової перебування) лікування від алкоголічної та наркотичної залежності. Також цей заклад проводить профілактичні та освітні програми для дітей та сім'ї. Назва клініки є ономастичною реалією. Для передачі цієї реалії перекладач застосував генералізацію, тобто замість конкретної назви лікувального закладу, в перекладі бачимо словосполучення з більш ширшим значенням, отже реалія зникла.

Розглянемо наступний приклад:

Англ.: - Jim Wallace, Associated Press. - Toby Hunter, Minneapolis Star.

Укр.: - Джим Уоллес, Ем-один. - Тобі Хантер, АйСіТіВі.

Ці репліки було проговорено під час конференції із журналістами, які таким чином представлялись перед тим, як поставити питання. В першій репліці оригіналу присутня назва Associated Press – одне з найбільших міжнародних інформаційно-новинних агентств світу та США. У другій репліці – Minneapolis Star – найпопулярніша газета в американському штаті Міннесота. Публікується сім днів на тиждень. Газета також поширюється в частині штату Вісконсін, Айова, Південна Дакота, і Північна Дакота. Ці власні назви – ономастичні реалії. Для їх передачі в перекладі було використано модуляцію. Така трансформація дозволяє замінити власну назву, маловідому українському глядачеві, назвою відомого українського телеканалу. Наступний приклад:

Англ.: We need more ammo. Let's go to Big 5.

Укр.: Закінчились набої. Поїхали затаримось.

Big 5 – назва мережі магазинів роздрібної торгівлі товарів для спорту зі штаб-квартирою в Ель-Сегундо, штат Каліфорнія. Торгівельна мережа Big 5 налічує 388 магазинів розташованих на території 12 штатів. Ця мережа магазинів отримала назву Big 5, тому що на початку 1955 р. (року заснування) функціонувало лише п'ять магазинів у Південній Каліфорнії, в яких продавали надлишки бойового озброєння. Ця власна назва мережі магазинів –

ономастична реалія. В перекладі ця реалія втрачена, але зміст висловлювання передано адекватно.

Також в висловлюванні, наведеному вище, бачимо слово *ammo*, яке належить до військового жаргону. В перекладі це слово було перекладено нейтральним словом «набої», тож для збереження стилю перекладач застосував компенсацію, внаслідок якої в перекладі маємо: «поїхали затаримось», що в українській мові належить до розмовної лексики.

Наступний приклад:

Англ.: All right! Fangoria will give me 25 bucks for this shot.

Укр.: Супер! Продам фотку в журнал про інопланетян.

Ця репліка належить Отто Манну (англ.: Otto Mann) – він один з персонажів мультсеріалу «Сімпсони». Отто – водій автобуса Спрингфілдської початкової школи. Цей персонаж є уособленням типового молодого невдахи, який поводить себе як підліток і не здатний на серйозні вчинки. В оригінальній репліці присутня алюзія, виражена у власній назві *Fangoria* – це журнал, адресований любителям кіномистецтва. Спеціалізується на таких жанрах кіно як жахи, слешер, сплеттер та експлуатаційне кіно. Регулярно публікується з 1979 року. Назва цього журналу – ономастична реалія. Для її передачі перекладач застосував описовий переклад та задля того, щоб зберегти жарт – модуляцію. Також для компенсації сленгу, який виражений в оригіналі словом *buck* «долар» українською мовою перекладач застосовує розмовне слово «фотка» (тобто фотографія). Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: Say, uh, Barn, uh, remember when I said I'd have to send away to NASA to calculate your bar tab?

Укр.: Послухай, Барні, пам'ятаєш, як я відправив у НАСА прохання підрахувати, скільки ти винен мені за пиво?

В цьому висловлюванні виявляємо ономастичну реалію – назву національного управління аеронавтики і космосу, агентства уряду США – NASA (англ.: National Aeronautics and Space Administration). Як бачимо, в перекладі цю реалію було збережено, оскільки НАСА – всесвітньо відоме

космічне агентство. Найвідомішим проектом космічного агентства став політ на Місяць космічного корабля «Аполлон-11» у липні 1969 року. Назву космічного агентства було механічно перенесено графічними засобами української мови з наближенням до оригінальної фонетичної форми, тобто транскрибовано. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: Couldn't that Chrysler hit me instead?

Укр.: Чого мене машини не збивають?

Як бачимо в оригінальному висловлюванні присутня назва американської автомобільної компанії Chrysler (англ.: Chrysler Group LLC) (укр.: Крайслер). Оскільки автомобілі компанії Крайслер не користуються великою популярністю в Україні; щоб не перенасичувати репліки героїв мультсеріалу реаліями, які належать до іншої культури, перекладач застосував генералізацію. Оскільки згідно з контекстом під назвою автомобільної компанії маються на увазі автомобілі загалом, то перекладач заміняє конкретну назву марки автомобілів, яка виробляє автомобілі, словом з більш ширшим значенням «машини».

Також нами було виділено підгрупу ономастичних реалій, які відносяться до топонімів. Таких реалій виявилось 9 одиниць, тобто 8,9% від загальної кількості виділених нами ономастичних реалій. Група топонімів будь-якої мови є дуже об'ємною і досить неоднорідною. У перекладознавстві назви реальних географічних об'єктів доцільно підрозділити на дві групи: звичайні і меморіативні топоніми. У нашому дослідженні було виділено тільки звичайні топоніми.

Тож розглянемо декілька прикладів, які проілюструють способи передачі звичайних топонімів у перекладі:

Англ.: It's a lovely day for a launch here, live at Cape Canaveral at the lower end of the Florida peninsula.

Укр.: Сьогодні ідеальний день для запуску з мису Канаверал на півдні півострова Флорида.

Як бачимо, в цьому реченні є два звичайних топоніми Cape Canaveral та Florida peninsula. «Мис **Канаверал**» (англ.: **Cape Canavera**) в 1964-1973 рр. називався мис Кеннеді. **Розташований посередині Атлантичного узбережжя штату Флорида, США.** Тут розміщені **станція ВПС США «Мис Канаверал» і Космічний центр імені Кеннеді.** З цих **майданчиків** здійснюється більшість запусків космічних кораблів в США. Зокрема, **діють пускові майданчики ракетносіїв «Титан», «Атлас», «Дельта».** В кінці **1970-х на мисі Канаверал був введений в дію майданчик для запуску ([uk.wikipedia.org](http://uk.wikipedia.org))** човника Спейс Шаттл.

Florida peninsula – знаходиться **на південному сході Північної Америки і належить до території штату Флорида Сполучених Штатів Америки.** ([uk.unionpedia.org](http://uk.unionpedia.org)) Зі сходу півострів омиває Атлантичний океан, а із заходу – Мексиканська затока. Оскільки ці дві географічні назви відомі у всьому світі, ці топоніми було транскрибовано українською мовою.

Таким чином під час дослідження було встановлено, що найоб'ємніша підгрупа ономастичних реалій – це підгрупа антропонімів з найбільшою кількістю індивідуальних власних імен – 34 одиниці, тобто 32,7% від загальної кількості ономастичних реалій. Найменш уживаними виявились реалії, які відносяться до підгрупи топонімів, їх кількість склала 9 одиниць, тобто 8,9% відібраних нами ономастичних реалій. Існує підгрупа так званих ономастичних реалій, до якої входять імена літературних героїв, але в нашому дослідженні таких реалій не було виявлено.

В результаті дослідження способів передачі ономастичних реалій було встановлено, що найпоширеніший прийом передачі реалії – це транскрипція. Цей прийом було застосовано у 47 випадках (46,5%). Найменш уживаний прийом – це описовий переклад. Цей прийом було застосовано 7 разів (6,9%).

На нашу думку транскрипція значно переважає над іншими прийомами передачі ономастичних реалій, оскільки в перекладі найчастіше залишаються транскрибованими ті реалії, які хоч і належать до американської культури, але відомі у всьому світі. Другим за частотою вживаності є модуляція. В матеріалі дослідження часто траплялись невідомі в українській культурі американські

реалії, тому для того, щоб зберегти зміст, колоритність та комічний ефект, перекладач застосовував аналог американської реалії в українській культурі.

В ході дослідження нами було виділено ряд одиниць, які ми віднесли до побутових реалій в кількості 37 одиниць, тобто 25,2% від загальної вибірки реалій. Одними з найуживаніших одиниць виявились реалії, які означали страви та напої, притаманні американській культурі. Кількість таких реалій становить 8 одиниць, тобто 21,6% від загального об'єму виділених побутових реалій.

Наприклад:

Англ.: The ring came off my pudding can!

Укр.: Я не можу відкрити бляшанку!

Побутова реалія, яка застосована в цьому реченні, відноситься до підгрупи напої та їжа, – pudding can (укр.: бляшанка з пудингом). Це слово має англійську етимологію, так як pudding (укр.: пудинг) – національний десерт що готується на водяній бані з яєць, цукру, молока й борошна; інколи до складу пудингу входять фрукти або прянощі. В перекладі ця реалія передається за допомогою генералізації, таким чином не характерна українській кухні лексему «пудинг» вилучено.

Англ.: Who wants ginger snaps?

Укр.: Хто хоче пити?

Ця репліка належить Мардж Сімпсон – одному з головних персонажів анімаційного серіалу «Сімпсони», дружині Гомера Сімпсона, матері Ліси і Барта. Репліка була промовлена Мардж у критичній ситуації, коли вона разом з родиною Сімпсонів дізналась про те, що на космічному кораблі, на якому Гомер полетів у космос, сталась надзвичайна ситуація.

Перед нами побутова реалія із підгрупи «їжа, напої» – ginger snaps – імбирне печиво – печиво, приправлене імбиром. Це тверде, двічі запечене печиво, приправлене порошком імбиру, кориці, мускатного горіха чи іншими прянощами; п'яти сантиметрів в діаметрі. У Великобританії, Австралії, Новій Зеландії й в більшості інших країн, що входили до колишньої Британської імперії, їх часто називають Ginger nuts. У Сполучених Штатах, зазвичай це

печиво називається ginger snaps, воно має форму, подібну до українського бублика, розміром від 3 мм і товщиною 6 мм, з помітними тріщинами на поверхні. В перекладі було застосовано модуляцію і Мардж запропонувала не імбирне печиво, а воду. На наш погляд, в нашій культурі більш доречніше в подібних ситуаціях пропонувати воду, аніж імбирне печиво, тож перекладач гарно впорався зі своєю задачею. Наступний приклад:

Англ.: And look, I've brought noodle kugel.

Укр.: Дивіться, я приніс вам пирога!

В цьому прикладі бачимо побутову реалію noodle kugel – запечений пудинг чи запіканка, схожий на пиріг. Ця страва належить до кухні одного з двох найчисельніших субетносів євреїв – Ашкеназі. Найчастіше до складу цієї страви входить яечна локшина або картопля, іноді цукіні, яблука, шпинат, броколі, журавлина або солодка картопля. Як правило, подається як гарнір на Шабат і Йом-Тов. Як бачимо, в перекладі ця реалія була втрачена, оскільки перекладач застосував генералізацію.

Також в нашому дослідженні було виділено підгрупу побутових реалій, до яких відносяться народні свята, ігри. Проаналізувавши вибірку, ми виділили 8 одиниць, що складає 21,6% від вибраних нами побутових реалій. Наприклад:

Англ.: The road to the Super Bowl is long and pointless.

Укр.: Шлях до фіналу довгий і безглуздий!

В цьому прикладі the Super Bowl (укр.: Супербол або Супербоул; дослівно: супер чаша) – фінальна гра сезону в професійному американському футболі (НФЛ). Супербол є своєрідним феноменом американської культури. День Суперболу (перша неділя лютого) – неофіційне свято в США. Зазвичай Супербол транслюють спортивні телеканали в усьому світі. Загальна кількість телеглядачів перевищує мільярд осіб. Як бачимо, цю реалію було передано за допомогою генералізації, що дозволило спростити текст та зберегти значення висловлювання в перекладі.

В ході дослідження ми виділили підгрупу побутових реалій: житло та майно. Кількість реалій, які ми віднесли до цієї підгрупи, становить 6 одиниць,

тобто 16,2% від загальної кількості побутових реалій, відібраних під час дослідження. Наприклад:

Англ.: We found a bunch of rancid coleslaw in the Dumpster behind Krusty Burger.

Укр.: Ми набрали цілі відра сміття за Красті Бургером.

В цьому випадку Dumpster – контейнер для великогабаритного сміття. Назва контейнеру походить від назви торгівельної марки Dumpster – американського виробника кошиків для сміття. Це слово було вперше використано в комерційних цілях в 1936 році. Демпстер-Дампстер (англ.: Dempster-Dumpster system) – так називалась система механічної погрузки сміття у сміттевози, яка була запатентована братами Демпстер у 1937 році. Стандартизований під спеціальні сміттевози, контейнер назвали Дампстер – слово, яке виникло внаслідок злиття назви компанії та слова dump (укр.: звалище). Як бачимо, в перекладі реалія зникла, оскільки перекладач застосував модуляцію.

Під час дослідження ми додатково виділили підгрупу, до якої включили побутові реалії, які означають спортивні явища в кількості 6 одиниць, що склало 16,2% від загальної кількості побутових реалій. Наприклад:

Англ.: Great spiral, Daniel!

Укр.: П'ять балів, Деніале!

Слово spiral в американському футболі означає "кручену" передачу. В перекладі цю реалію було втрачено, перекладач застосував модуляцію. На підставі того, що функції, які виконують обидва висловлювання, схожі, можна сказати, що перекладач впорався зі своїм завданням. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: Uh-oh. Lateral to Bart!

Укр.: Передача Барту!

Як бачимо, у цьому висловлюванні вжито слово lateral, що означає боковий удар в американському футболі. В даному випадку перекладач заміняє реалію одиницею з більш ширшим значенням, тобто застосовує генералізацію.



Внаслідок перекладу втрачається реалія, знайома фанатам американського футболу, але в той же час висловлювання стає зрозумілим усім іншим глядачам.

Наступний приклад:

Англ.: Ah, nuts. That sounds like a touchdown.

Укр.: Чорт! По-моєму – очко.

Touchdown (укр.: тачдаун) в американському футболі зараховується, коли м'яч або гравець з м'ячем перетинає лінію гола противника. При цьому команді зараховується шість очок. Оскільки американський футбол не є популярним видом спорту в Україні й правила цієї гри маловідомі українському глядачеві, перекладач застосовує модуляцію й використовує слово очко для того, щоб передати значення висловлювання. Також ми віднесли до окремої, створеної нами, підгрупи побутових реалій інші реалії, які не увійшли до попередніх підгруп. Їх кількість складає 6 одиниць, що становить 16,2% від загальної кількості побутових реалій. Наприклад:

Англ.: - Misuse of the cadavers. - I get here earlier when I drive in the car pool lane.

Укр.: - Нецільове використання трупів. - З ними мене швидше пропускають на дорогах!

Car pool lane (high occupancy vehicle (HOV) lanes) – це може бути смуга на автомагістралі, автостраді або на звичайній дорозі, призначена для руху машин, в яких їдуть дві-три і більше людини, враховуючи водія. Такі смуги створені для заохочення людей спільно користуватись автотранспортом, пересуваючись між містами. Швидкість руху на такій смузі значно вища, аніж на звичайних смугах, особливо в час пік, під час інтенсивного руху транспорту. В перекладі ця реалія була втрачена. Перекладач застосував генералізацію. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: Please look at my Medic Alert bracelet!?

Укр.: Перевірте, будь ласка, мені пульс!?

Medic Alert bracelet – браслет, на якому зображується інформація про особливості здоров'я власника браслету (наприклад, хронічне захворювання),

які потребують особливого догляду. Цей браслет стає у пригоді, коли його власник потребує невідкладної медичної допомоги й знаходиться у непритомному стані. В перекладі ця реалія була втрачена, адже перекладач застосував модуляцію, внаслідок якої в перекладі з'явився функціональний аналог висловлювання look at my Medic Alert bracelet – перевірте мені пульс. Такий переклад можна назвати вдалим, оскільки побутова реалія, яку ми бачимо в оригінальному висловлюванні, незнайома в нашій країні, тож перекладач використав висловлювання, яке, в цьому випадку, виконує подібну функцію.

Найменша підгрупа, яку ми виділили під час дослідження, – це підгрупа, до якої належать грошові одиниці та одиниці виміру. До цієї підгрупи ми віднесли 3 одиниці, тобто 8,1% від загальної кількості побутових реалій. Наприклад:

Англ.: I'm behind three inches of bulletproof glass.

Укр.: Це товсте, куленепробивне скло.

Inch – британська та американська міра довжини. Один дюйм – це 2,54 см. В перекладі ця міра довжини зникла. Оскільки в художніх творах українською мовою не прийнято використовувати точні числа для позначення ознак предметів чи живих істот, щоб не ускладнювати висловлювання, перекладач застосував модуляцію, внаслідок якої американська та англійська міра довжини, якою, в цьому випадку, було позначено товщину скла, було замінено на прикметник товсте.

У підсумку дослідження прийомів передачі побутових реалій можна зробити наступні висновки: найуживаніший прийом передачі побутових реалій – це генералізація, нами було виявлено 12 випадків, що склало 32,4%. За допомогою описового перекладу було перекладено 9 одиниць, тобто 24,4%. Модуляцію було застосовано 8 разів – це 21,6% від загальної кількості прийомів передачі реалій. Компенсацію застосовано 8 разів, 21,6% використаних прийомів передачі реалій.

Під час дослідження прийомів передачі побутових реалій, одиниць, які б були передані українською мовою за допомогою транскрипції, виявлено не було. Найчастіше для передачі побутових реалій було застосовано генералізацію. На нашу думку, цей факт пов'язаний з тим, що побутові реалії мають досить вузьке коло застосування, тож для того, щоб правильно й зрозуміло перекласти висловлювання, перекладач вдався саме до генералізації, замінюючи незрозумілу реалію поняттям з більш ширшим значенням. Також перекладач використовує описовий переклад «чужого» в нашій культурі слова та інші. За допомогою модуляції, перекладач замінював побутову реалію іншомовної культури на її еквівалент в українській культурі. Іноді перекладач застосовував компенсацію, при цьому реалії передаються в перекладі будь-якими іншими засобами.

Окрім ономастичних та побутових реалій в нашому дослідженні було виявлено декілька реалій державно-адміністративного устрою та суспільного життя. Наприклад:

Англ.: Well, the F.C.C.isn't laughing.

Укр.: Нарада дуже невдоволена.

В цьому висловлюванні бачимо аббревіатуру the F.C.C. – Federal Communications Commission – федеральне незалежне урядове агентство з питань зв'язку. Створене й підпорядковане відповідно до статуту Конгресу США. Це федеральне агентство було засноване Актом Комунікацій за 1934 рік; воно регулює використання всіх радіочастот. Міждержавний телезв'язок також підпорядкований цій службі. Юрисдикція FCC охоплює 50 штатів, Округ Колумбія і американське майно за кордоном. Отже, назва федерального агентства – це реалія державно-адміністративного устрою та суспільного життя. В перекладі ця реалія втрачена. На основі того, що і нарада, і the F.C.C. виконують подібні функції, застосування модуляції можна назвати вдалим.

Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: Check with the F.B.I.! I have a file! I have a file!

Укр.: Спитайте в ФБР! На мене дос'є, ціле дос'є!

В цьому випадку бачимо аббревіатуру F.B.I. (The Federal Bureau of Investigation) – американське відомство при міністерстві юстиції США, підзвітне Генеральному Прокурору. Розслідування порушень федерального законодавства країни і забезпечення безпеки країни і самого президента - прерогатива цієї організації, як і загальна перевірка кандидатів у державні служби. Назва цього американського відомства – це реалія державно-адміністративного устрою та суспільного життя. Оскільки назва цього агентства досить відома і в Україні, і в світі, то перекладач залишив назву агентства, застосувавши дослівний переклад.

Розглянемо наступний приклад:

Англ.: I.R.S. surveillance satellite.

Укр.: Супутник податкової.

I.R.S. (англ.: Internal Revenue Service) – Служба внутрішніх доходів або Служба внутрішніх зборів – організація **Федерального уряду Сполучених Штатів Америки, ([repo.snau.edu.ua](http://repo.snau.edu.ua))** яка збирає податки і впроваджує закони внутрішніх доходів. Назва цієї державної організації – це реалія державно-адміністративного устрою та суспільного життя. Оскільки аббревіатура I.R.S. нічого не говорить українському глядачеві, то для коректної передачі висловлювання українською мовою, перекладачем було використано модуляцію, тобто I.R.S. було замінено на податкову (інспекцію).

Підсумовуючи дослідження відтворення реалій в українському перекладі мультсеріалу «Сімпсони» можна сказати наступне: найуживанішими реаліями виявились ономастичні реалії (101 од. – 68,7% від загальної кількості виділених реалій). Побутові реалії було виділено в кількості 37 одиниць, тобто 25,2% загальної кількості відібраних реалій. Найменш об’ємна група реалій, яку ми виділили – це група реалій державно-адміністративного устрою та суспільного життя – всього 3 одиниці, що склало 2% від загальної вибірки реалій.

Найпоширенішими прийомами передачі ономастичних реалій виявились: транскрипція (47 од. – 46,5% від загальної кількості застосованих прийомів передачі ономастичних реалій) та модуляція (22 од. – 21,8% від

загальної кількості застосованих перекладацьких трансформацій при відтворенні ономастичних реалій). Найпоширеніший прийом передачі побутових реалій – це генералізація (12 од. – 32,4% від загальної кількості застосованих перекладацьких трансформацій при відтворенні побутових реалій) та лексико-граматична трансформація – описовий переклад (9 од. – 24,4% від загальної кількості застосованих перекладацьких трансформацій при відтворенні побутових реалій).

Для розуміння іншомовного тексту потрібно добре знатися на реаліях та мати уяву про фонові знання. Тому питання відтворення фонових елементів національно-культурного змісту твору при перекладі цільовою мовою є перспективним і потребує подальших досліджень.

### 2.3 Вживання одомашнення як перекладацької стратегії

Одомашнення, яке також називають індигенізацією або націоналізацією мови, є стратегією перекладу, що передбачає введення лексичних, граматичних та інших елементів з мови-джерела в мову-мішень. Ця стратегія має на меті збереження культурного та мовного спадку, підсилення національного або регіонального ідентифікаційного характеру тексту, а також наближення перекладеного тексту до мови та культури отримувача. Одомашнення може включати в себе такі аспекти як вживання словникового запасу та виразів, які є характерними для мови-джерела, але можливо відсутні в мові перекладу. Це може бути особливо важливо в тих випадках, коли існують унікальні терміни, які не мають прямого відповідника в цільовій мові. Використання граматичних структур, які є типовими для мови-джерела, навіть якщо вони відрізняються від прийнятих в мові перекладу також є рисою, притаманною стратегії одомашнення. Нерідкими є включення елементів культури, які можуть бути неперекладними або важкими для передачі в іншій мові. Це може включати в себе назви традицій, звичаїв, анекдоти та інші культурні особливості. Збереження етнічних або регіональних особливостей мови-джерела в процесі перекладу також характерна риса стратегії одомашнення. Однак важливо

враховувати, що використання стратегії одомашнення повинно бути обґрунтованим і залежати від конкретних умов перекладу, контексту та вимог замовника. Недоуміння читача або втрата точності можуть бути наслідками надто екстенсивного одомашнення.

В нашому дослідженні виявилось, що найчастіше перекладач застосовував стратегію одомашнення при відтворенні розмовної лексики. Ми виділили 35 випадки, тобто 29,2% від загальної вибірки застосування одомашнення під час перекладу розмовної лексики. Наприклад:

Англ.: Um, there's, uh, niceness to it.

Укр.: Зате це так кайфово.

Як бачимо, для відтворення цього висловлювання у мові перекладу було застосовано одомашнення, тобто використано подібне за значенням сленгове висловлювання *зате це так кайфово* (тобто приємно, чудово, дивно). Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: Holy moly! 9:30!

Укр.: Мама мія! Півнадесяту!

*Holy moly* – вигук, який виражає здивування. Часто використовують як альтернативу більш різким, нецензурним висловлюванням. Вперше зустрічається в коміксі *Captain Marvel Comic-Book* в 1939 році. В перекладі цей вигук було відтворено за допомогою одомашнення, таким чином було застосовано функціональний аналог цього висловлювання в українській мові.

Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: Geez Louise! Look at this mess!

Укр.: Господи Боже, який безлад!

*Geez Louise* – перифраз, евфемізм, еквівалент «*Jesus Christ!*», за допомогою якого уникають прямого використання Імені Божого, оскільки Третя заповідь Божого закону говорить про те, що не можна згадувати Ім'я Господа без серйозної на те причини. Не можна вживати Його ім'я в порожніх розмовах. Це словосполучення найчастіше вживається для емоційного посилення вигуку. Дослівно перекласти цей вигук неможливо, оскільки

україномовному глядачеві його значення залишиться незрозумілим, тож перекладач використовує перекладацьку трансформацію модуляцію. Значення вигуку «Geez Louise» логічно передається українським еквівалентом «Господи Боже». Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: Hey, brainiac, since when do you get detention?

Укр.: Альо, головата, ти сьогодні в штрафниках?

Слово, яке належить до сленгу американського варіанту англійської мови brainiac означає людину, наділену винятковими розумовими здібностями. Телескопія слів brain (укр.: мозок, розум) та maniac (укр.: маніяк) було вигадано в коміксах про супермена і вперше з'явилося в 1958 році в Action Comics № 438. В цьому випадку перекладач застосовує одомашнення, таким чином в українському перекладі теж з'являється сленгове слово головата – іменник, який утворився від мотивуючого прикметника, також відноситься до сленгу й часто вживається в образливій манері. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: Watch out, Bart. It's Skinner!

Укр.: Шуба, Барт, Скінер!

Watch out! – сленгове висловлювання, яке означає остерігайся, будь наготові! було відтворене в перекладі за допомогою використання українського сленгового слова з подібним значенням. Отже, в цьому разі сленгове висловлювання було одомашнено в перекладі. Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: So long, sucker!

Укр.: Атаc!

В оригінальному висловлюванні бачимо розмовне висловлювання so long, яке означає до побачення! або бувай! А також розмовне слово sucker, яке означає людину, яку легко обдурити (простак, роззява). В перекладі це висловлювання було відтворене за допомогою одомашнення, перекладач застосував функціональний аналог цього висловлювання в українській мові – атаc! – вигук, що попереджає про небезпеку. Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: Darn tootin'!

Укр.: Нарешті!

У висловлюванні на мові оригіналу використано словосполучення *darn tootin'*, в якому *darn* – це евфемізм, м'яка форма слова *damn*, що означає прокляття в релігійному сенсі. У такій досить консервативній і пуританській країні як США, більшість уникає прямого вживання подібних слів. Вживання незавуальованих слів, пов'язаних з релігією в побутовому мовленні – ознака поганого виховання і смаку. В офіційних виступах і текстах вони настільки ж недоречні, як грубий мат. *Tootin'* – прикметник, який відноситься до розмовної лексики й використовується для посилення емоційності висловлювання. В перекладі це висловлювання відтворене за допомогою одомашнення. Перекладач застосував функціональний аналог цього висловлювання в українській мові – нарешті! – вигук, який уживається для вираження радості, захоплення, задоволення і т. ін.

Також нами було виділено 27 випадків (22,5%), коли перекладач застосовував стратегію одомашнення при відтворенні реалій. Наприклад:

Англ.: A child has already solved the Jumble using crayons. The answer is "fries".

Укр.: Кросворди тут уже розгадані, зате гарні картинки, подивись.

*Jumble* – словесна головоломка, суть якої полягає в тому, щоб правильно розставити літери, так щоб утворилось слово. Потім із деяких букв зіставлених правильно слів утворюється ключове слово – розгадка джамбл. Як бачимо в перекладі було застосовано одомашнення й назву непопулярної в Україні гри було замінено на всім добре відомі кросворди. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: And should there be a request for an encore we will reprise "Pop Goes the Weasel".

Укр.: Якщо нас попросять зіграти на біс, у нас є Чайковський.

*Pop Goes the Weasel* – це дитяча пісенька, яка є «традиційною» для дітей у Великобританії та багатьох інших країнах. Як бачимо, в перекладі цю ономастичну реалію було одомашнено, таким чином назву дитячої пісеньки



було замінено прізвищем Чайковський, тобто одним із творів видатного композитора Петра Ілліча Чайковського. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: What has done Fatty Arbuckle that I haven't done?

Укр.: Що такого особливого зробив Чарлі Чаплін?

Fatty Arbuckle (Roscoe Conkling "Fatty" Arbuckle; укр.: Роско Конклинг «Товстун» Арбакл) – американський актор німого кіно, комік, режисер і сценарист. Товстий, але напрочуд рухливий, Роско отримав прізвисько Фатті (англ.: Fatty; дослівно: товстун, жирний). Він швидко досяг майстерності в комедії й став одним з найбільш популярних зірок німого кіно, а в 1918 році став найбільш високооплачуваним актором, підписавши контракт на 1 млн. \$ за рік. До цього часу він вже був зіркою першої величини. Роско був наставником Чарлі Чапліна та багатьох інших комедійних акторів та коміків.

Як бачимо, оскільки в Україні ім'я цього актора маловідоме, то в перекладі цей антропонім було одомашнено, таким чином перекладач використав ім'я іншого, більш відомого в Україні американського комічного актора – Чарлі Чапліна. Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: Hey, Looney Tunes this is what Michael Jackson looks like.

Укр.: Альо, гараж? Ось Майкл Джексон!

Looney Tunes (укр.: Луні Тунс) – група мультиплікаційних персонажів, які спочатку були пародією на мультфільми Діснея. Ця ономастична реалія була відтворена в перекладі за допомогою одомашнення, перекладач використав сленгове висловлювання «альо гараж». Також нами було виділено 20 випадків (16,7%) застосування одомашнення у випадку, коли перекладач надав певному персонажу мультфільму індивідуальні особливості мовлення. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: Well, I don't like to leave the store, but for the next five minutes I'm going to party like it's on sale for 19.99.

Укр.: Я не люблю кидати крамниця, але у наступні п'ять хвилин веселитися так, ніби заробити мільйон баксів.

Ця репліка належить Апу Нахасапімапетілону (англ.: Ару Nahasapeemapetilon), або просто Апу – продавцю у магазині Kwik-E-Mart, одному з найближчих друзів Гомера Сімпсона. Апу – іммігрант з північної Індії. Перекладач навмисне наділяє персонажа мультсеріалу безграмотною мовою **для того, щоб (repo.snau.edu.ua)** підкреслити його походження та статус. Звернімо увагу на те, що в оригіналі мова персонажу – правильна. В цьому випадку для надання індивідуальної особливості мовлення було застосовано компенсацію. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: Don't make me run! I'm full of chocolate!

Укр.: Я не можу бігати, бо в мій живіт шоколад! Йа воль!

Ця репліка належить Утеру Зоркеру (англ.: Üter Zörker) – він один із персонажів мультсеріалу «Сімпсони», учень по програмі обміну, родом з Німеччини, вчиться у четвертому класі Спрингфілдської початкової школи.

В цьому випадку перекладач застосовує компенсацію й надає цьому персонажу мовний акцент, який виражається у неправильному узгодженні частин мови, в порушенні порядку слів в реченні, а також у мовному вкрапленні – йа воль! (нім.: ja wohl; укр.: напевно). Таким чином перекладач підкреслює іноземне походження Утера, його приналежність до іншої нації та недосконале володіння мовою. Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: **Nah. You best bring 'em back where from you got 'em.**  
([www.allthelyrics.com](http://www.allthelyrics.com))

Укр.: Не! Краще неси туди, де взяв, блін!

Ця репліка належить Брендін Спаклер (англ.: Brandine Spuckler) – персонаж мультсеріалу «Сімпсони», який уособлює образ багатодітної і дуже бідної матері. Особисті якості й характер цієї героїні – образ «американських селян» - років 50-120 тому. Nah (nahh) – варіант написання no (укр.: ні), в розмовному стилі найчастіше використовується у формі вигуку у відповідь на питання. 'em – скорочена розмовна форма від them (укр.: їх) – непрямий відмінок від особового займенника they (укр.: вони). Вживання цих слів притаманне розмовному стилю. **Для того, щоб (repo.snau.edu.ua)** зберегти

розмовний стиль висловлювання та мовні особливості цього персонажа в перекладі перекладач застосував одомашнення, тобто використання суржику (не – ні, туди – туди), та ненормативної лексики – «блін», що є, у цьому випадку, окликом, і висловлює почуття обурення.

Також ми виділили 14 випадків (тобто 11,7%), коли одомашнення застосовувалось при перекладі синтаксичних конструкцій. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: - My back - There goes my back again!

Укр.: - Моя спина.- Знову вистрілила!

Як бачимо, в перекладі було застосовано одомашнення. Синтаксичну конструкцію в перекладі було одомашнено й замінено на ідіоматичне висловлювання (спина) знову вистрілила. Наступний приклад:

Англ.: Your father's trick back would still be aligned.

Укр.: Твій батько не лежав би зараз калікою.

В перекладі було застосовано одомашнення синтаксичної конструкції, яке виражене в застосуванні ідіоматичного звороту лежати калікою, тобто бути хворим, неспроможним що-небудь робити. Під час дослідження ми виділили 13 випадків (10,8%), коли перекладач застосовував одомашнення для уникнення конфлікту картини світу двох різних культур. Цей випадок можна проілюструвати наступним прикладом:

Англ.: You little shutterbug.

Укр.: Точно як японець.

Ця репліка була промовлена Гомером Сімпсоном. Так він говорить про Аділя – хлопця, який прибув до США із Албанії в рамках міжнародної програми обміну учнів. В цій ситуації він активно фотографував різні об'єкти на Спрингфілдській АЕС. Бачимо, що в оригінальному висловлюванні використовується слово shutterbug, яким Гомер описує хлопчика. Це слово належить до розмовної лексики американського варіанту англійської мови. Цим словом позначають фотографа-ентузіаста, фотографа-фаната. В перекладі це слово було замінене висловлюванням: Точно як японець, оскільки в нашій

культури існує стереотип стосовно того, що найзапекліші фотографи-ентузіасти – це японці, оскільки подорожуючи туристи цієї нації активно фотографують, а також тому що більшість фото продукції, яка реалізується в Україні вироблена в Японії (марки Canon, Nikon, Fujifilm, Pentax та ін.) Отже, при перекладі цього висловлювання було застосовано одомашнення. Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: Gosh, fellas, to see you all stuck in here when even guys in China can watch all the action from their town squares or what have you well, I just feel pretty doggone bad.

Укр.: Який жах! Навіть якісь нещасні китайці можуть дивитися фінал посеред своїх рисових полів чи там де ще. Повірте, мені дуже соромно!

Як бачимо, в оригінальному висловлюванні використано висловлювання even guys in China can watch all the action from their town squares (укр.: навіть в Китаї можна слідкувати за матчем на міських площах) в той же час в нашій культурі китайці найчастіше асоціюються с рисовими плантаціями чи неякісним товаром, отже застосовуючи одомашнення, перекладач досягає адекватного з культурної точки зору перекладу. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: Your spirited hornpipe stole the show.

Укр.: Ви справили враження рваною тельняшкою.

Hornpipe (від horn – ріг і pipe – труба; укр.: хорнпайп) – народний танець, який виконують під синкоповані мелодії. Назва танцю походить від назви стародавнього валлійського і шотландського музичного духового язичкового інструменту. Відомий з XV століття, особливо популярний був у XVI-XIX ст. Потребує невеликого простору для виконання, близький до Джиги; спочатку був сольним чоловічим танцем, але відомі і парні, і парні кругові версії. Оскільки цей танець непопулярний в нашій культурі, то перекладач застосував одомашнення відповідно до контексту, тож в перекладі відбулась заміна невідомої культурної реалії більш відомою в нашій культурі рваною тельняшкою. Ця заміна дозволила також відтворити у перекладі стилістичний засіб – іронію. Під час дослідження одомашнення в перекладі мультсеріалу

«Сімпсони» ми виділили 11 випадків (9,2%), коли було одомашнено ідіоматичні висловлювання, тобто застосований приблизний еквівалент-відповідник в МП. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: If you ever find your marbles, come visit us.

Укр.: Як збереш клепки, то приїжджай в гості.

В оригінальному висловлюванні було оновлено ідіоматичне сленгове висловлювання, притаманне американському варіанту англійської мови to lose one's marbles, який означає збожеволіти, з'їхати з глузду. В оригіналі це висловлювання було оновлено і вжито в протилежному значенні – to find one's marbles, тобто одужати, прийти до тями. Перекладач застосував модуляцію, внаслідок якої ідіоматичне сленгове висловлювання to find one's marbles передається в перекладі українською мовою за допомогою функціонального аналога – сленговим висловлюванням збирати клепки. Наступний приклад:

Англ.: Oh, Marge, I bet before the papers blew this out of proportion you didn't even know how many eyes a fish had.

Укр.: Мардж, не чіпляйся! До того, як газети зробили з мухи слона, ти взагалі не знала скільки у риби очей.

To blow out of proportion – ідіома, яка означає «робити більше, ніж потрібно; перебільшувати». Для передачі цього висловлювання перекладач використовує вже існуючий в українській мові еквівалент «робити з мухи слона», завдяки цьому зберігається значення, а саме висловлювання набуває національного відтінку. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: Such a thing happens once in a blue moon.

Укр.: Таке трапляється раз на сто років.

Кліше once in a blue moon – означає «дуже рідко або майже ніколи». В цьому випадку було застосовано модуляцію й перекладач знайшов влучний еквівалент цьому висловлюванню **в українській мові (elar.khnu.km.ua)** – «раз на сто років». Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: I got ants in my pants!

Укр.: Шило в штанах!

В цьому випадку ідіома притаманна американському варіанту англійської мови [to have ants in one's pants \(elar.khnu.km.ua\)](http://elar.khnu.km.ua) означає – проявляти нервові збудження, бути схвильованим; проявляти нервозність. Отже, для перекладу цього ідіоматичного висловлювання було застосовано одомашнення, оскільки в перекладі було застосовано український еквівалент «шило в штаних», цим самим було збережено гумористичний ефект в даній ситуації й збережено зміст висловлювання. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: - I never heard of it either, but, they have over 2,000 locations in this state alone. - Must have sprung up overnight.

Укр.: - Раніше ніколи не чув? Виявляється, їх дві тисячі штук тільки в нашому штаті. - Як гриби після дощу.

В цій ситуації в оригіналі присутня ідіома *to sprang overnight* – з'являється дуже швидко, несподівано. Перекладач застосовує модуляцію, оскільки за допомогою дослівного перекладу неможливо передати значення цієї ідіоми. Було використано еквівалент цієї ідіоми в українській мові – з'являється, як гриби після дощу, тобто дуже швидко, несподівано. Таким чином це висловлювання було одомашнено, значення збережено.

Отже, під час дослідження одомашнення в перекладі мультсеріалу «Сімпсони» перекладач найчастіше вдавався до одомашнення під час відтворення реалій, особливо ономастичних реалій – нами було виявлено 27 таких випадків. Це можна пояснити тим, що в цьому мультсеріалі трапляється багато реалій американської культури. Більшість із них невідомі українському глядачеві, тому для досягнення адекватного перекладу перекладач вимушений вдаватися до одомашнення.

Достатньо часто в перекладі було застосовано одомашнення для того, щоб підкреслити мовленнєві особливості персонажа, нами було зафіксовано 20 таких випадків. Найчастіше це було зроблено для виділення маргінальних персонажів, тобто іммігрантів, іноземців, людей із найнижчих прошарків суспільства.

Адекватний переклад у будь-якому разі передбачає одомашнення. Інша річ, що пропорції власне перекладацьких стратегій і стратегій одомашнення підпорядковані прагматиці тексту. Чим ближче прагматична функція тексту до доміантних, тим більше стратегій одомашнення необхідно застосовувати. Іншими словами, головний критерій одомашнення тексту – це його прагматична орієнтація. ([mdu.in.ua](http://mdu.in.ua))

## 2.4 Перекладацькі трансформації в аспекті одомашнення

Спробуємо визначити та дослідити засоби лексичних, граматичних та лексико-граматичних трансформацій при перекладі мультсеріалу «Сімпсони», завдяки яким і з'являється можливість адекватної передачі змісту оригіналу.

Під час дослідження ми виявили, що модуляція є найпоширенішою трансформацією в перекладі. Нами було виділено 82 одиниць застосування перекладацької трансформації модуляції, що склало 55% загальної вибірки.

Розглянемо декілька прикладів:

Англ.: Some voters respond to my integrity others to my incorruptibility and determination to lower taxes and the bureaucrats can put that in their pipes and smoke it!

Укр.: Комусь я імпоную принциповістю, інших вражає моя непідкупність, інші підтримують мій намір знизити податки, і хай столичні пихаті бюрократи подавляться моїми словами!

To put that in your pipe and smoke it – ідіоматичне висловлювання, яке належить до розмовного стилю. Часто використовується після промови чогось несподіваного чи небажаного для того, щоб підкреслити правдивість висловлювання. Може бути еквівалентом українському «це моє остаточне рішення», «моє останнє слово», «ось так!». За «Тлумачним словником англійського просторіччя, жаргонізмів та вульгаризмів» (англ.: «A Dictionary of Slang and Unconventional English») Еріка Партриджа, це висловлювання походить від колись широко поширеного переконання в тому, що куріння

трубки й медитація – дуже схожі процеси [101, с. 476]. Отже, внаслідок застосування перекладацької трансформації – модуляції, перекладач використав приблизний еквівалент англійського ідіоматичного висловлювання, таким чином зміст репліки було збережено. Наступний приклад:

Англ.: Your spirited hornpipe stole the show.

Укр.: Ви справили враження рваною тельняшкою.

В перекладі ідіоматичне висловлювання to steal the show було перекладене українською еквівалентом – справляти враження. Your spirited hornpipe було влучно замінено на «рвану тельняшку», що придало висловлюванню національного колориту. Таким чином при перекладі було застосовано модуляцію. Суть жарту збереглась. Жартівливе висловлювання одомашнено.

Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: I can give you the name of a good gum and hair man.

Укр.: Я можу підказати вам прізвище гарного жуйколог.

Оказіоналізм gum and hair man (дослівно: людина, яка займається жуйками та волоссям) в перекладі було замінене словом жуйколог – оказіоналізм – слово, що утворилось за наявної в мові моделі (назви професій (археолог, дієтолог, геолог і т.д.)), але не зазначено в словнику загальноживаних слів. Оказіональні лексеми носять індивідуальний характер, можуть вживатися тільки в певному контексті, і саме контекст допомагає зрозуміти їх значення. В цьому випадку, застосовуючи модуляцію, перекладач створює оказіоналізм для збереження гумористичного ефекту. Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: See ya, kids. Me and my Val-U-Qual book are gonna paint the town red with savings! ([comb.io](http://comb.io))

Укр.: До побачення! Ми з моїми талонами вирушаємо у подорож економії!

В цьому випадку сленгове ідіоматичне висловлювання to paint the town red означає віддаватися веселошам, гуляти, бешкетувати. Вперше це



висловлювання з'явилося в пресі в США близько 1883 році. Щодо походження цього висловлювання, то існує найімовірніша версія, яка заключається в наступному: в 1837 році після небувалого святкування вдалого полювання, маркіз Уотерфордський Анрі Бересфорд (англ.: Henry de La Poer Beresford, 3rd Marquess of Waterford) та його друзі знайшли кілька банок червоної фарби й обмазали декілька будинків та міську браму на Хай-стріт у місті Мелтоні (графство Лестершир, Англія). На рахунку маркіза Уотерфордського, відомого в народі як «Скажений Маркіз» бійки, дуелі, крадіжки, розбиті вікна та перевернуті карети. Згодом це висловлювання почали використовувати в пресі для позначення неконтрольованої, хуліганської поведінки. В цьому випадку дослівний переклад стійкого звороту – ідіоми, тобто такої фрази, зміст якої не може бути зрозумілим, якщо скласти значення елементі, не можна застосувати. Для адекватного відтворення в перекладі було застосовано модуляцію. Сленгове висловлювання втрачено, оскільки для його перекладу використано нейтральну лексику.

Також бачимо власну назву Val-U-Qual (Val-u-Pak coupons) – це популярна в США розсилка реклами та знижок поштою. Назва цієї розсилки невідома в Україні, тож для того, щоб передати значення цієї реалії перекладач застосував генералізацію. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: 'Fraid not. I'm still wicked bad!

Укр.: Ні фіга! Я такий як і раніше!

В цьому випадку модуляція застосована для збереження в перекладі сленгового звороту 'fraid not – afraid not, яке використовують для вираження жалю або для вибачення. Таким чином в перекладі сленг було відтворено за допомогою розмовного вульгарного стійкого висловлювання ні фіга – нічого, аніскільки, анітрохи. В висловлюванні на мові оригіналу бачимо парний епітет wicked bad (дослівно: злий поганий), який застосовують для позначення протилежного. Разом ці слова утворюють подвійне заперечення для того, щоб підкреслити «крутість» Нельсона. Наступний приклад:

Англ.: Come back here, you stinkin'!

Укр.: Стій, ти, гад, стій!

В оригінальній репліці присутнє слово *stinkin'* – огидний, гидкий. Це слово відноситься за стилістичною приналежністю до розмовного стилю. Як бачимо в перекладі в якості звернення було використано в переносному значенні лайливе слово гад. В цьому випадку було застосовано модуляцію для збереження розмовного стилю. Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: *Shakes. You don't know what you're gettin'.*

Укр.: Шейки! Підсунуть же таке!

В цьому випадку слово *gettin'* (*getting*) (укр.: отримувати) вжито в скороченій формі. Скорочення дієслівних закінчень притаманне розмовному стилю. Для збереження розмовного стилю в перекладі було застосовано компенсацію. Таким чином було використано слово підсунути. В українській мові це слово іноді вживається в розмовному стилі в контексті підсунути поганий товар тощо. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: *Holy jumping Caesar's catfish!*

Укр.: Твою дивізію!

*Holy jumping Caesar's catfish* – лайливий вигук. Оскільки дослівний переклад в цій ситуації недоцільний, перекладач застосував модуляцію. Для відтворення вигуку в перекладі було використано не менш лайливий вигук в українській мові, яким висловлюють почуття подиву та обурення, іноді це висловлювання застосовують в якості евфемізму для того, щоб уникнути використання мату.

В нашому дослідженні було також виділено групу одиниць відтворених за допомогою компенсації. Таким чином було виділено 41 одиницю, тобто 27,5% загальної вибірки. Наприклад:

Англ.: *Welcome to your new home.*

Укр.: Це твоя новий дім.

Ця репліка належить французу на ім'я Сезар. Сезар – французький винороб, власник провінціального маєтку, до якого потрапив Барт в рамках програми міжнародного обміну учнів. Як бачимо, застосовуючи компенсацію,

перекладач надає Сезару індивідуальну особливість мовлення, яка в цьому випадку виражається використанням неузгодженого присвійного займенника та іменника. Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: You hear that, Marge? My boy speaks French.

Укр.: Ти чула, Мардж? Мій син шпрехає французькою.

В оригінальній репліці використовується розмовна (спрощена) форма питального речення – відсутнє допоміжне дієслово *do*. Для збереження розмовного стилю перекладач застосовує компенсацію, таким чином для передачі значення дієслова *to speak* використовується дієслово, яке належить до розмовної лексики – *шпрéхати* – говорити німецькою або іншою іноземною мовою. Розглянемо наступний приклад застосування компенсації:

Англ.: I wish you'd come to my party, Apu. You could use some merriment. Oh, I guarantee a wingding of titanic proportions! You will be there or kindly be square.

Укр.: Апу приходити до мене на гулянку, тобі потрібно відпочити. Я гарантуватиму гульбан найвищій клас! Ти або прийти, або сваритися.

Ця репліка належить Санджею Нахасапімапетілому (англ.: Sanjay Nahasapeemapetilon) – брату Апу, вихідцю з Індії.

За допомогою компенсації було створено індивідуальну особливість мовлення цього персонажа мультсеріалу, яка виражається в помилках узгоджування різних частин мови. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: Perhaps I can help. My papa is foreman of the Düsseldorf Gum Works!

Укр.: Я допомогти. Майн батько власник фарбрики шин, натюрліх!

Ця репліка належить Утеру Зоркеру (англ.: Üter Zörker) – він один із персонажів мультсеріалу «Сімпсони», учень по програмі обміну, родом з Німеччини, вчиться у четвертому класі Спрингфілдської початкової школи.

В цьому випадку перекладач застосовує компенсацію й надає цьому персонажу індивідуальну особливість мовлення, яка виражається у неправильній формі дієслова «(я) допомогти», а також у мовних вкрапленнях

«майн» (нім.: mein; укр.: мій) та «натюрліх» (нім.: natürlich; укр.: звичайно, певна річ, звісно). Таким чином перекладач підкреслює іноземне походження Утера, його приналежність до іншої нації та недосконале володіння мовою. Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: **Nah. You best bring 'em back where from you** ([www.allthelyrics.com](http://www.allthelyrics.com))  
got 'em.

Укр.: Не! Краще неси туди, де взяв, блін.

Ця репліка належить Брендін Спаклер (англ.: Brandine Spuckler) – персонаж мультсеріалу «Сімпсони», який уособлює образ багатодітної і дуже бідної матері. Особисті якості й характер цієї героїні – образ «американських селян» років 50-120 тому. Брендін не віддається на усі сто вихованню своїх дітей і часом схильна до афер. Постійно намагається знайти роботу. Вона уже була: продавцем гнилих овочів, стриптизеркою, продавцем мертвих тварин і т.д. У неї сорок чотири дитини і лише двох вона народила від свого чоловіка Клітуса, свого двоюрідного брата. Nah (nahh) – варіант написання по (укр.: ні), в розмовному стилі найчастіше використовується у формі вигуку у відповідь на питання. 'em – скорочена розмовна форма від them (укр.: їх) – непрямий відмінок від особового займенника they (укр.: вони). Вживання цих слів притаманне розмовному стилю. Для того, щоб зберегти розмовний стиль висловлювання та мовні особливості цього персонажа в перекладі перекладач застосував компенсацію. Наступний приклад:

Англ.: I believe you! I don't care!

Укр.: Я тобі вірю, але мені по фіг!

Ця репліка належить Нельсону Мюнцу. Для відтворення мовних особливостей цього персонажа, якому притаманне використання лайливої лексики, перекладач застосував компенсацію, таким чином нейтральне висловлювання I don't care передається українською мовою сленговим висловлюванням «мені по фіг». Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: - He's changed, and he doesn't want to hang around with a bunch of crumb-bums. - Crumb-bums? Nobody calls me a crumb-bum!

Укр.: - Він інший і не хоче тусуватися у компанії слимаків! - Слимаків? Ти на кого тут ногою?!

В цьому випадку висловлювання *nobody calls me (a crumb-bum)* було відтворено в перекладі за допомогою сленгового висловлювання тупати ногами (на когось), тобто проявити гнів по відношенню до когось. Оскільки це висловлювання належить шкільному хулігану Джимбо Джонсу (англ.: *Corky James "Jimbo" Jones Sr.*), перекладач застосував компенсацію для відтворення особливості мовлення хулігана в перекладі.

Ми виділили 8 прикладів застосування конкретизації, що склало 5,4% від загальної кількості виділених перекладацьких трансформацій. Наприклад:

Англ.: **Hi, little fella. I got some nice juicy flies for you. ([ddd.uab.cat](http://ddd.uab.cat))**

Укр.: Привітулі, я приніс тобі, смачних, соковитих мух.

Дієслово в оригінальному висловлюванні *to get* має багато відповідників в українській мові, як бачимо, для коректного відтворення цього дієслова в перекладі було застосовано конкретизацію. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: *My back! There goes my back again.*

Укр.: Моя спина! Знову вистрілила.

Дієслово *to go* має велику кількість відповідників в українській мові, тому для його відтворення в перекладі перекладач застосував конкретизацію «вистрілила». Перейдемо до наступного прикладу

Англ.: *I can give you the name of a good gum and hair man.*

Укр.: Я можу підказати вам прізвище гарного жуйколога.

В цьому випадку при передачі дієслова *to give* в перекладі було застосовано конкретизацію, оскільки в українській мові цьому дієслову відповідають декілька слів з окремими значеннями. Як бачимо, перекладач використав слово, яке найбільше відповідає цій ситуації.

З'ясовано, що українській мові більш притаманне використання конкретних дієслів із вузьким значенням, ніж в англійській мові це викликано необхідністю пристосування до стилістичних норм.

Також ми виділили перекладацьку трансформацію – генералізацію в кількості 7 одиниць, тобто 4,7% від загальної вибірки. бачимо прийом генералізації, якщо при перекладі слово на **мові оригіналу з більш вузьким значенням, замінюється (uchebniks.com)** лексемою яка має ширше значення, причому використання даної трансформації може бути факультативним чи вимушеним. Якщо необхідне слово з конкретними значенням відсутнє в мові перекладу – це вимушене вживання, У другому випа якщо перевагу більш загальному варіанту віддається зі стилістичних міркувань, то маємо факультативне використання. Відомо, що специфічним для англійської мови є намагання точно вказувати цифри зросту і ваги дійових осіб, тож звичайне речення He's 300 pounds – в оригіналі, може бути замінене в українському перекладі: Він товстий! Розглянемо детальніше наступний приклад:

Англ.: You keep squirming, there's going to be a little bald girl with no lollipop.

Укр.: Не кричи, бо тоді станеш лисим дівчам без цукерки.

Бачимо в наведеному висловлюванні слово lollipop, яке означає різновид цукерок – це закріплені на паличці льодяники, виготовлені зі звареного до твердості, зачасту ароматизованого, цукру з патокою або кукурудзяним сиропом. Оскільки назва різновиду цукерок lollipop маловідома в нашій країні, в перекладі застосовано генералізацію, таким чином побутову реалію втрачено, однак зміст висловлювання переданий вірно. Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: A cherry bomb!

Укр.: Бомбочка!

Cherry bomb (також відомо як Globe Salutes або Kraft Salutes) –вибуховий феєрверк, який формою нагадує сферу, розміром від 1,9 см до 3,8 см в діаметрі. В склад таких феєрверків найчастіше входить іскристий або димовий порох. Колір зовнішній колір салют змінювався залежно від виробника та періоду виробництва. В 1940-х роках, найбільш поширений колір феєрверків був темно рожевий або червоний з зеленим запалом, саме тоді ці феєрверки отримали

популярну й донині назву Cherry Salute and Cherry Bomb. Як бачимо перекладач застосував перекладацьку трансформацію генералізацію, внаслідок чого назва феєрверку Cherry bomb була замінена словом із більш широким значенням.

Наступний приклад:

Англ.: **And that was the only folly the people of Springfield ever embarked upon. Except for the Popsicle stick skyscraper and the fifty-foot magnifying glass and that escalator to nowhere. ([www.imdb.com](http://www.imdb.com))**

Укр.: Це була єдина афера, на яку купився Спрингфілд після картонного хмарочосу, велетенської лупи і ескалатора в нікуди.

Словосполучення fifty-foot magnifying glass було відтворено в перекладі за допомогою генералізації. Бачимо, що перекладач вдається до більш загального варіанта, приймаючи до уваги стилістичні особливості, так як в українській мові є не прийнятним вказувати вагу, зріст, висоту, або інші розміри, конкретно. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: Uh, question for the barbecue chef.

Укр.: Питання до кухаря.

Barbecue (укр.: барбекю) – спосіб приготування продуктів харчування (найчастіше м'яса), використовуючи жар тліючого вугілля, палаючого газу або електронагрівача; а також назва страви; обладнання, що використовується для приготування цієї страви. Термін, традиційно поширений в США і близький до традиційного для України шашлику. Оскільки барбекю – реалія іншомовної культури, перекладаючи словосполучення barbecue chef було застосовано перекладацьку трансформацію генералізацію, тим самим це висловлювання було адаптоване для сприйняття реципієнтом мови перекладу. Наступний приклад:

Англ.: Oh, Mr. Price. I loved you in The Abominable Doc.

Укр.: Оу, Містере Прайс, мені так сподобався ваш фільм.

В оригінальній репліці зустрічаємо назву фільму The Abominable Doc (The Abominable Dr. Phibes) – «Жахливий доктор Файбс» (іноді, «Огидний доктор Файбс» або «Прокляття доктора Файбса») - фільм жахів 1971 року з

участю актора Вінсента Прайса, який виконував головну роль доктора Антона Файбса. В перекладі назву фільму було утрачено внаслідок генералізації. Розглянемо ще один приклад:

Англ.: Actually, I was wondering if you could make me a grilled cheese sandwich.

Укр.: Я хотів тебе попросити зробити мені гарячий бутерброд.

В оригінальному висловлюванні бачимо словосполучення *grilled cheese sandwich* (дослівно: підсмажений бутерброд з сиром). В перекладі це словосполучення було відтворено за допомогою генералізації, таким чином бутерброд з сиром було перекладено поняттям із більш ширшим значенням, як бутерброд. Під час дослідження ми також виділили перекладацьку трансформацію вилучення, кількість прикладів застосування якої склала 5 одиниць, тобто 3,4%. Під час виконання дослідження було встановлено, що при перекладі вилученню підлягають найчастіше слова, які є семантично зайвими, тобто слова, які виражають значення, яке можна зрозуміти і без їхньої допомоги. Оскільки в мультсеріалі «Сімпсони» семантична існує надмірність, то це надає можливість виконати ті чи інші вилучення в процесі перекладу. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: And when I asked a mall guy if he would ever come back again he said he didn't know.

Укр.: Я запитав, чи коли-небудь повернеться? Мені сказали, що не знають, коли він повернеться.

Як бачимо у висловлюванні оригіналу використано словосполучення *mall guy* (укр.: працівник торговельного комплексу), але в перекладі це словосполучення було вилучено, оскільки про кого йде мова можна зрозуміти з більш широкого контексту. Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: I wager 400 quatloos on the newcomer.

Укр.: Я ставлю 400 на новачка.

В цьому випадку *quatloos* – це реально неіснуюча грошова валюта, яка не має аналогу у сучасному або історичному грошовому обігу. Ця валюта



зустрічається в багатосерійному фантастичному серіалі Стар Трек (англ.: Star Trek). Як бачимо, в перекладі назву цієї грошової валюти було вилучено. Розглянемо наступний приклад:

Англ.: Hey, Lise. Be a doll and hand me that sealant.

Укр.: Подай мені, будь ласка, лак.

В цьому випадку бачимо сленгове висловлювання, притаманне американському варіанту англійської мови to be a doll, яке означає бути великодушною, благородною, уважною до інших, тактовною людиною. В перекладі це висловлювання було вилучено.

Ми виділили лексико-граматичну трансформацію – описовий переклад, в кількості 6 прикладів застосування цієї трансформації, тобто 4% від загальної кількості виділених перекладацьких трансформацій. На практиці, видно, що найбільш успішно ця трансформація застосовується там, де можна обійтися порівняно коротким поясненням. Наприклад:

Англ.: Doctor, what should we do about our freewheeling for?

Укр.: Докторе, як нам бути з цим оригіналом, який хоче бути особливим?

Як бачимо, для передачі сленгового словосполучення freewheeling for в перекладі було використано описовий переклад.

Англ.: Uh, okay, fellas. Enjoy the pregame fun.

Укр.: Ну що! Я бажаю вам гарно відпочити перед початком гри.

The pregame fun – різного виду розваги, які відбуваються до початку змагань ігрових видів спорту. Це словосполучення було перекладено за допомогою описового перекладу. Перейдемо до наступного прикладу:

Англ.: Hey, it's the beer copter!

Укр.: Диви! Гелікоптер з пивом!

The beer copter – гелікоптер, який використовують для реклами пива. Як бачимо в цьому прикладі словосполучення було відтворено в перекладі за допомогою описового перекладу.

У підсумку дослідження перекладацьких трансформацій в аспекті одомашнення можна сказати наступне: найуживанішою перекладацькою трансформацією в аспекті одомашнення є різновид лексико-граматичної заміни – модуляція або смисловий розвиток. Ми зафіксували 82 випадки (55%) застосування цієї трансформації – такі дані свідчать про те, що перекладач відмовився від застосування «прямого» перекладу, оскільки іноді «прямий» переклад виглядає громіздким, а іноді й зовсім незрозумілим глядачу. Таким чином, відтворення змісту тексту відбувалось внаслідок заміни слова або словосполучення у мові оригіналу відповідною одиницею у мові перекладу, значення якої логічно виводилося із значення вихідної одиниці. ([eadnurt.diit.edu.ua](http://eadnurt.diit.edu.ua))

На другому місці за вживаністю – компенсація. Ми виділили 41 приклад (27,5%) застосування цієї лексико-граматичної трансформації. Ця трансформація застосовувалась достатньо часто у випадках, коли необхідно було відтворити в перекладі сленг, розмовну лексику або певні особливості мовлення персонажів мультсеріалу. Застосування перекладацьких трансформацій вимагає від перекладача творчого осмислення проблеми відтворення культурних особливостей тексту, особливо якщо це стосується питання відтворення комічного в іншомовній культурі. Якість застосування перекладацьких трансформацій впливає на загальне враження від перекладу, оскільки саме за допомогою їх застосування в перекладі досягається єдність змісту і форми оригіналу.

## ВИСНОВКИ

В даному дослідженні розглянуто стратегії культурної адаптації тексту при перекладі з англійської мови українською мультсеріалу «Сімпсони», відомого більш ніж у ста країнах світу. Цей мультсеріал, є найтривалішим серед усіх американських комедійних анімаційних телесеріалів, він вплинув на розвиток мультиплікації, як різновиду кіномистецтва. Протягом 1980-х анімаційні програми вважалися в основному придатними для дитячої аудиторії й такими, які не варто показувати у прайм-тайм – «Сімпсони» змінили це уявлення тому, що справляли і справляють потужний вплив на сучасну поп-культуру. Оказіоналізми та неологізми з серіалу увійшли до багатьох мов світу. Саме цьому ми обрали матеріалом нашого дослідження цей мультсеріал.

Під час виконання роботи з'ясовано, що серед сфер життя, відображення яких потребує культурної адаптації, на першому місці знаходяться засоби створення комічного ефекту тому, що існує певна різниця в культурах Америки та України. В мультсеріалі «Сімпсони», ми виявили, що комічний ефект створюється за допомогою таких стилістичних засобів як: алогізм (55 од. – 19,9%), повтор (43 од. – 15,5%) каламбур (42 од. – 15,2%) алюзія (35 од. – 12,6%), антиклімакс (24 од. – 8,7%), клімакс (20 од. – 7,2%) та паралельні конструкції (26 од. – 9,4%). Найменш уживаними стилістичними засобами виявились антономазія (17 од. – 6,1%) та порівняння (15 од. – 5,4%). Найчастіше перекладацькі проблеми виникали при відтворенні таких стилістичних засобів як: каламбур, антономазія та алюзія, оскільки при відтворенні цих стилістичних засобів неможливо застосувати дослівний переклад. Також при перекладі мультсеріалу «Сімпсони» виникали проблеми у відтворенні реалій. Оскільки досліджуваний нами матеріал має велику кількість реалій, які іноді використовувались для створення алюзій, ми виконали дослідження способів відтворення реалій у перекладі мультсеріалу «Сімпсони».

Найпоширенішими прийомами передачі ономастичних реалій виявились: транскрипція (47 од. – 46,5%) та модуляція (22 од. – 21,8%).

Транскрипція значно переважає над іншими прийомами передачі ономастичних реалій, оскільки в перекладі найчастіше залишаються транскрибованими ті реалії, які хоч і належать до американської культури, але відомі у всьому світі. Другою за частотою вживаності є модуляція, адже в матеріалі дослідження часто траплялись невідомі в українській культурі американські реалії, тому для того, щоб зберегти зміст, колоритність та комічний ефект, перекладач застосовував аналог американської реалії в українській культурі. При перекладі ономастичних реалій було застосовано генералізацію (17 од. – 16,8%), компенсацію (8 од. – 7,9%) та описовий переклад (7 од. – 6,9%).

Найпоширеніший прийом відтворення побутових реалій – це генералізація (12 од. – 32,4%). На нашу думку, цей факт пов'язаний з тим, що побутові реалії мають досить вузьке коло застосування, тож для того, щоб правильно й зрозуміло перекласти висловлювання, перекладач вдався саме до генералізації, замінюючи незрозумілу реалію поняттям з більш ширшим значенням.

Також перекладач застосовував описовий переклад (9 од. – 24,4%). За допомогою модуляції (8 од. – 21,6%), перекладач замінював побутову реалію іншомовної культури на її еквівалент в українській культурі. Серед перекладацьких трансформацій, які було застосовано під час відтворення побутових реалій в перекладі було також виділено компенсацію (8 од. – 21,6%).

В ході роботи нами було виявлено 505 випадків застосування перекладацьких трансформацій, серед яких: найпродуктивніша перекладацька трансформація є різновид лексико-граматичної заміни – модуляція або смисловий розвиток. Ми зафіксували 281 випадок (55,6%) застосування цієї трансформації. На другому місці за вживаністю – компенсація. Ми виділили 131 приклад (25,9%) застосування цієї лексико-граматичної трансформації. Також досить часто було застосовано генералізацію (38 од. – 7,5%), вилучення (19 од. 3,8%), описовий переклад (16 од. – 3,2%) та додавання (12 од. – 2,4%), найменш продуктивною перекладацькою трансформацією виявилась конкретизація (8 од. – 1,6%).

Серед загальної кількості перекладацьких трансформацій ми виділили 149 одиниць, які були застосовані при одомашненні перекладу. Таким чином найуживанішою перекладацькою трансформацією в аспекті одомашнення є модуляція. Ми зафіксували 82 випадки (55%) застосування цієї трансформації – такі дані свідчать про те, що перекладач відмовився від застосування дослівного перекладу, оскільки іноді такий переклад громіздкий, а іноді й зовсім незрозумілим глядачу. Таким чином, відтворення змісту тексту відбувалось внаслідок заміни слова або словосполучення оригіналу відповідною одиницею у мові перекладу, значення якої логічно виводилося із значення вихідної одиниці. Також ми виділили 41 приклад (27,5%) застосування компенсації. Ця трансформація застосовувалась достатньо часто у випадках, коли необхідно було відтворити в перекладі сленг, розмовну лексику або певні особливості мовлення персонажів мультсеріалу. Також в аспекті одомашнення застосовувались такі перекладацькі трансформації як: конкретизація (8 од. – 5,4%), генералізація (7 од. – 4,7%), описовий переклад (6 од. – 4%) та вилучення (5 од. – 3,4%).

В ході дослідження стратегій адаптації тексту в перекладі мультсеріалу «Сімпсони» з'ясовано, що перекладач найчастіше вдавався до перекладацької стратегії одомашнення під час відтворення розмовної лексики – нами було виявлено 35 таких випадків (29,2%). Велика кількість прикладів одомашнення виявлена при відтворенні реалій (27 од. – 22,5%). Це можна пояснити тим, що в цьому мультсеріалі вживається багато реалій американської культури. Більшість із них невідомі українському глядачеві, тому для досягнення адекватного розуміння перекладач вимушений вдаватися до такої стратегії адаптації тексту як одомашнення.

Достатньо часто в перекладі було застосовано стратегію одомашнення для того, щоб підкреслити мовленнєві особливості персонажів – нами було зафіксовано 20 таких випадків (16,7%). Найчастіше це було зроблено для виділення маргінальних персонажів, тобто іммігрантів, іноземців, людей із найнижчих прошарків суспільства. Також виявлено застосування одомашнення,

як перекладацької стратегії при відтворенні синтаксичних конструкцій (14 од. – 11,7%) та ідіоматичних зворотів (11 од. – 9,2%). Під час дослідження ми виділили 13 випадків (10,8%), коли перекладач застосовував одомашнення для уникнення конфлікту мовної картини світу двох різних культур.

Спираючись на результати даного дослідження, можемо зробити висновок, що вживання адаптаційних стратегій при перекладі підпорядковано прагматиці тексту. Саме прагматика визначає, наскільки ефективно текст буде сприйнятий та взаємодіятиме з аудиторією, тому перекладач використовує адаптаційні стратегії для досягнення оптимального комунікативного результату.

Питання адаптаційних стратегій при перекладі потребує подальшої розробки з кількох причин, серед яких на першому місці культурна різноманітність. Ми живемо в світі, де взаємодія між різними культурами, мовами та спільнотами стає все більш поширеною. У зв'язку з цим, перекладачам часто доводиться пристосовувати текст до різних культурних контекстів, щоб забезпечити ефективну комунікацію. Зростаюча глобалізація також веде до того, що текстова інформація рухається між різними мовами та культурами зі швидкістю, яка раніше була неможлива. Перекладачам важливо враховувати це при використанні адаптаційних стратегій, щоб текст був ефективним у різних культурних та мовних середовищах. Адаптаційні стратегії спрямовані на забезпечення комунікативної ефективності. Текст повинен бути зрозумілим, прийнятним і відповідати специфічним потребам аудиторії. При невірному використанні або недостатньому застосуванні адаптацій, може виникнути непорозуміння або неправильне сприйняття тексту. І, що найбільш актуально у сьогоdnішньому світі, це те, що з виникненням нових технологій та інструментів перекладу (наприклад, машинного перекладу та штучного інтелекту), актуальність адаптаційних стратегій ще більше зростає.

Узагальнюючи, зауважимо, що важливість дослідження адаптаційних стратегій визначається потребами сучасного суспільства в ефективній та точній комунікації між різними мовами та культурами.

1. Актуальні проблеми менталінгвістики : зб. ст. за матеріалами IV міжнар. наук. конф. / Ін-т української мови, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні, Черкаський нац. ун-т. Черкаси : Видавництво ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2005. 367 с.
2. Альошина М. критерії та принципи визначення адекватності відтворення ідіостилю автора в перекладі URL: [https://www.researchgate.net/institution/Borys\\_Grinchenko\\_Kyiv\\_University](https://www.researchgate.net/institution/Borys_Grinchenko_Kyiv_University)
3. Архипова Л. Переклад як інтерпретація : курс лекцій. Записки «Перекладацької майстерні 2000-2002». Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Л., Т. 3, 2002. С. 19-48
4. Баранова С. В. Спецрозділи перекладу: конспект лекцій. Суми: Сумський державний університет, 2012. 86 с.
5. Бекрешева Л.О. Теорія та практика перекладу: навч. посіб. Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2010. 84 с.
6. Бик І. С. Теорія і практика перекладу. Львів: ЛНУ, 2019. 122 с.
7. Бублейник Л. В. Проблематика художнього **перекладу**: семантико-стилістичні аспекти : навч. посіб. для студ. філол. ф-тів вищ. навч. закл. Луцьк : Терен, 2009. 64 с.
8. Володіна Т. С., Рудковський О. П. Загальна Теорія перекладу для першого (бакалаврського) рівня: навч.-метод, посіб. К.: Вид. центр КНЛУ, 2017. 296 с.
9. Ворова Т. П. Теорія і практика перекладу: традиційний погляд на дисципліну. URL: [http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v52/part\\_2/28.pdf](http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v52/part_2/28.pdf)
10. Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К.: Вища школа, 1985. 360 с.
11. Гуз О. П. Основи перекладознавства : конспект лекцій. Луцьк : Вежа-Друк, 2021. 72 с.

12. Дерік І. М. Теорія та практика перекладу. Аспекти перекладу. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/15779/1/TIPP.AP.pdf>
13. Дерпс І. М. Теорія та практика перекладу. Аспекти перекладу. Для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня першого, другого, третього та четвертого років навчання денної та заочної форми навчання. Одеса: Університет Ушинського, 2022. 246 с.
14. Енциклопедія перекладознавства : у 4 т. : пер. з англ. Т. 1 ; за заг. ред. : Кальниченко О. А., Черноватого Л. М. Вінниця : Нова книга, 2020. 552 с.
15. Засєкін С. В. Психолінгвістичні концепції перекладу. Наук. вісн. Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. № 10 : Філологічні науки : Мовознавство. Луцьк, 2008. С. 187-192.
16. Іваніна Т. В. Теорія та практика перекладу: навч. посіб. для студентів четвертого курсу всіх форм навчання спеціальності «Мова та література». Запоріжжя, 2010. 32 с.
17. Калашник Н. Г., Гетьман Н. О. Теорія та практика перекладу. Вступ до спеціальності. Запоріжжя : Мотор-Січ, 2004. 314 с.
18. Кальниченко Л. В. **Теорія перекладу.** URL: [http://dspace.nua.kharkov.ua/jspui/bitstream/123456789/2101/1/Посібник\\_Кальниченко\\_зтеорія\\_перекладу.PDF](http://dspace.nua.kharkov.ua/jspui/bitstream/123456789/2101/1/Посібник_Кальниченко_зтеорія_перекладу.PDF)
19. Кальниченко О. А., Подмыногин В. О., Кальниченко Н. М. Історія перекладу та думок про переклад у текстах та коментарях. Ч. 2. Пізня античність. Перекладачі – творці писемностей : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. Х. : Вид-во НУА, 2012. 172 с.
20. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Вінниця : Нова книга, 2023. 564 с.
21. Кикоть В. М. Образна матриця та переклад поезії : монографія / наук. ред. Л. В. Коломієць. Черкаси : Ю. Чабаненко, 2020. 631 с.
22. Кияк Т. Р., Науменко А. М., Огуй О. Д. Теорія та практика перекладу: підручник. Вінниця: Нова книга, 2006. 592 с.



23. Кобякова І. К., Швачко С. О. Спадщина кобзаря: категорія неґації від Торонто до Києва. URL: [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/73087/1/Kobyakova\\_monograph\\_2019.pdf;jsessionid=0DB136B061BD5D8BD6BD1E267FD8DD29](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/73087/1/Kobyakova_monograph_2019.pdf;jsessionid=0DB136B061BD5D8BD6BD1E267FD8DD29)
24. Кобякова І. К. Навчати перекладу : навч. посіб. Суми: Сумський державний університет, 2013. 159 с.
25. Коптілов В. В. Теорія і практика перекладу. Київ, 1982. 166 с.
26. Корунець І. В. Вступ до перекладознавства: навч. посіб. Вінниця : Нова Книга, 2008. 512 с.
27. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу. Вінниця : Нова книга, 2003. 448 с.
28. Краснова Л. В. У часопросторі слова. Дрогобич : Посвіт, 2014. 264 с.
29. Ктитарова Н. К., Воронова З. Ю. Теорія перекладу (Вступ до перекладознавства. Загальна теорія перекладу. Лексико - граматичні проблеми перекладу) : навч. посіб. для спеціальності «Переклад». URL: <https://www.dstu.dp.ua/Portal/Data/7/12/7-12-b1.pdf>
30. Литвак С. Я. Різні мовні картини світу і подолання мовного релятивізму при перекладі. Мова і культура. Вип. 7, т. 8 : Теорія і практика перекладу, 2004. С. 18-24.
31. Литвин І. М. Перекладознавство. Науковий посібник. Черкаси : Видавництво Ю. А. Чабаненко, 2013. 288 с.
32. Мамрак А. В. Вступ до теорії перекладу : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. реком. МОНУ. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 304 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/TSUL/0007212.pdf>
33. Мамрак А. В. Вступ до теорії перекладу : навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2009. 304 с.
34. Михайличенко О. О. Категорії теорії перекладу: трансформація, операція чи прийом? Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики : зб. наук. пр. Вип. 15. М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка ; відп. ред. Н. М. Корбозерова. К., 2009. С. 279-287.

35. Міжкультурна комунікація і перекладознавство: точки дотику та перспективи розвитку : тези I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. ПереяславХмельницький, 15 березня 2018 року) / Гол. ред. К. І. Мізін; ДВНЗ «ПереяславХмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди». Переяслав-Хмельницький, 2018. 278 с.

36. Міщенко Л. А., Турченко М. О. Посібник з художнього перекладу до курсу «Теорія і практика перекладу». Вінниця : Нова книга, 2003. 176 с.

37. Молчанова Ю. С. Сучасне визначення поняття перекладу та перекладача в концепції постмодернізму. Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки, № 16 : Філологічні науки : Мовознавство. Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки ; редкол.: Г. Л. Аркушин та ін. Луцьк, 2009. С. 56-60.

38. Навчати вчитися перекладу : монографія / за заг. ред. С. О. Швачко. Суми : Сумський державний університет, 2015. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi65/0048152.pdf>.

39. Олікова М. С. Теорія і практика перекладу : навч. посіб. Луцьк : Вежа. 2000. 170 с.

40. Основи перекладознавства : навч. посіб. реком. МОНУ / Нямцю А. Є. та ін. Чернівці : Рута, 2008. 312 с.

41. Основи перекладу : курс лекцій з теорії та практики перекладу для факультетів та інститутів міжнародних відносин / Мірам Г. Е., Дайнеко В. В., Тарануха Л. А. та ін. Ельга : Ніка-Центр, 2002. 240 с.

42. Особливості художнього перекладу: граматичний аспект : монографія / Ревуцька С., Жужгіна-Аллахвердян Т., Введенська В., Остапенко С., Удовіченко Г. Кривий Ріг : Вид-во Р. А. Козлов, 2018. 116 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi65/0048157.pdf>

43. Полякова І. С. До питання про еквівалентність перекладу. Філологічні студії : наук. часоп. № 1/2. Волин. Академ. Дім, ВДУ ім. Лесі Українки ; голов. ред. В.С. Зубович. Луцьк, 2007. С. 198-202.

44. Приходько В. Б. Мовна ментальність і переклад: термінологічний аспект. Проблеми славістики : наук. часоп. Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки. Луцьк, 2005. С. 249-253.

45. Радчук В. Д. Переклад і логіка. Філологічні студії : науковий часопис, № 3/4. Волин. Академ. Дім, ВДУ ім. Лесі Українки ; голов. ред. В.С. Зубович. Луцьк, 2005. С. 300-310.

46. Ребрій О. В. Сучасні концепції творчості у перекладі : монографія. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 376 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi65/0048160.pdf>

47. Рогатюк А. Є. Рабійчук І. Л., Гончар К. Л. Соціокультурні та соціолінгвістичні фактори в аспекті перекладу. Філологічні студії : наук. часоп. №3/4. Волин. Академ. Дім, ВДУ ім. Лесі Українки ; голов. ред. В. С. Зубович. Луцьк, 2005. С. 310-315.

48. Colina S. Fundamentals of Translation. URL: [https://assets.cambridge.org/97811070/35393/frontmatter/9781107035393\\_frontmatter.pdf](https://assets.cambridge.org/97811070/35393/frontmatter/9781107035393_frontmatter.pdf)

49. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.

50. Семотюк О. Л. Сучасні технології лінгвістичних досліджень : навч. посіб. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. 152 с.

51. Тащенко Г. В. Актуальні проблеми теорії та практики перекладу : конспект лекцій для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» факультету іноземних мов. Харків : друкарня «Мадрид», 2021. 168 с.

52. Фаховий та художній переклад: теорія, методологія, практика : зб. наук. пр. / за заг. ред. : А. Г. Гудманяна, С. І. Сидоренка. Київ : Аграр Медіа Груп, 2015. 376 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi60/0044268.pdf>.

53. Чередниченко О. І. Про мову і переклад : Мова в соціокультурному просторі. Переклад як міжкультурна комунікація. Київ : Либідь, 2007. 248 с.

54. Швачко С. О. Квантитативні одиниці англійської мови: перекладацькі аспекти : посіб. Вінниця: Нова Книга, 2008. 128 с.

55. Швачко С. О., Кобякова І. К., Анохіна Т. О. Об'єкти перекладознавства : монографія. Суми : Сумський державний університет, 2019. 222 с.
56. Шмігер 2009: Шмігер Т. Історія українського перекладознавства ХХ сторіччя / передм. Р. Зорівчак. К. : Смолоскип, 2009. 342 с.
57. Шпак І. Мовна адаптація тексту у процесі діахронічного перекладу (на Матеріалі «Кентерберійських оповідань» Дж. Чосера). URL: [https://core.ac.uk/display/286622883?utm\\_source=pdf&utm\\_medium=banner&utm\\_campaign=pdf-decoration-v1](https://core.ac.uk/display/286622883?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1)
58. Яровенко Л. С. Теорія перекладу : метод. посіб. Одеса : видавець Букаєв Вадим Вікторович, 2021. 88 с.
59. Bermann S., Wood M. Nation, Language, and the Ethics of Translation Princeton University Press, 2005. 413 p.
60. Bublitz, Wolfram and Norrick, Neal R.. Foundations of Pragmatics, Berlin, New York: De Gruyter Mouton, 2011.
61. Catford J. A Linguistic Theory of Translation. London 1965. URL: <https://archive.org/details/J.C.CatfordALinguisticTheoryOfTranslationOxfordUniv.Press1965>
62. Firth J. R. Linguistic Analysis and Translation. The Hague, 1956. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1473-4192.2007.00164.x>
63. Halliday M. A. K. Comparison and Translation. In: M. A. K. Halliday, A. McIntosh, P. Strevens. The Linguistic Sciences and Language Teaching. London, 1964. URL: <https://archive.org/details/linguisticscienc0000hall>
64. Kulish V. S. Preservation of the suggestive potential in advertising discourse: translation aspect. «Філологічні трактати», Том 11, № 1, 2019 Р. 43-48. URL: <http://tractatus.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/04/5.pdf>
65. Lightfoot D. W. The Handbook of Linguistics. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/chapter-epub/10.1002/9781119072256.fmatter>

66. Nesterenko, N., Lysenko K. A Course in Interpreting and Translation : посіб. для студентів та викладачів вищ. навч. закл. Вінниця : Нова книга, 2006. 246 с.
67. Newmark P. Approaches to Translation. Oxford: Pergamon Press, 1981. Pp. 213. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/studies-in-second-language-acquisition/article/abs/approaches-to-translation-language-teaching-methodology-senes-peter-newmark-oxford-pergamon-press-1981-pp-213/1DBAE2688FD03FA0194EECDBA319EF9E#access-block>
68. Nida E. Contexts in Translating. Benjamins Translation Library, 2001. 127 pp.
69. Nida E. Theories of Translation. In.: TTR, Volume IV, Number I, 1st. Semester 1991. P. 19-32.
70. Panou D. Equivalence in Translation Theories: A Critical Evaluation Department of Education, University of Leicester, UK. URL: <https://www.academypublication.com/issues/past/tpls/vol03/01/01.pdf>
71. Roda P. Roberts Towards a Typology of Translations School of Translators and Interpreters. URL: [https://cvc.cervantes.es/lengua/hieronymus/pdf/01/01\\_069.pdf](https://cvc.cervantes.es/lengua/hieronymus/pdf/01/01_069.pdf)
72. Savory T. The Art of Translation. URL: <https://archive.org/details/artoftranslation0000savo/mode/2up>
73. Snell-Hornby M. Translation Studies. An Integrated Approach. Amsterdam, Philadelphia, 1988. 163 p.

### **ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

74. Сімпсони (прод.: Майк Рейсс, Девід Міркін, Майк Скаллі та інші), 1989.