

**Міністерство освіти і науки України**  
**Київський національний університет імені Тараса Шевченка**  
**Навчально-науковий інститут філології**  
**кафедра теорії та практики перекладу з англійської мови**

**Особливості відтворення гумору українською мовою (на матеріалі  
англійськомовних мультиплікаційних фільмів)**

**Кваліфікаційна робота**

освітнього ступеня «бакалавр»  
студентки IV курсу бакалаврату,  
освітньої програми «Переклад з англійської  
та другої західноєвропейської мови»  
спеціальності 035.041 «Філологія  
(Германські мови та лі літератури (переклад  
включно), перша - англійська)»

**Власенко Вероніки Вячеславівни**

**Науковий керівник:**

канд. філол. н. Ласінська Т.А.

**«Допущено до захисту»**

Протокол засідання

кафедра теорії та практики перекладу з англійської мови

**протокол №13 від «03» червня 2024 року**

в.о.завідувача кафедри \_\_\_\_\_(підпис)

к.філол.н. Олена Підгрушна

**КИЇВ – 2024**

## АНОТАЦІЯ

**Актуальність теми.** Актуальність дослідження зумовлена недостатньою кількістю робіт у галузі перекладознавства, які присвячені способам відтворення комічного ефекту в анімаційних фільмах з урахуванням технічних, лінгвістичних та культурних аспектів. Це дослідження може мати практичне значення для перекладачів-початківців у сфері кіноперекладу, які прагнуть досягти ефективного комунікаційного впливу та забезпечити якісний переклад гумористичних матеріалів.

**Мета і завдання дослідження.** Мета дослідження полягає у визначенні особливостей відтворення гумору при перекладі англійськомовних мультфільмів. Для досягнення цієї мети було розглянуто теоретичні основи поняття «гумор» та визначено теоретичні аспекти поняття «мультиплікаційний фільм» як виду аудіовізуального перекладу, а також його різновиди його перекладу. Дослідження включає систематизацію перекладацьких стратегій відтворення гумору в анімаційних фільмах. Перегляд обраних англомовних мультфільмів дозволив визначити поширені засоби створення в них гумористичного ефекту, а також проаналізувати, які стратегії перекладу жартів застосовані і чи вдалося перекладачам зберегти комічний ефект.

**Об'єкт дослідження.** Гумор в англомовних анімаційних фільмах, перекладених українською мовою.

**Предмет дослідження.** Специфіка відтворення цього гумору, зокрема використання перекладацьких стратегій.

**Методи дослідження включали:** описовий, порівняльний та теоретичний аналіз.

**Результат дослідження.** У результаті дослідження ми виявили, що гумор в мультфільмах ґрунтувався на лексичних, синтаксичних та фонетичних засобах. Переклад цього гумору вимагав використання різних стратегій, зокрема одомашнення, очуження, компенсації, що здійснювалися на основі

*різних перекладацьких трансформацій. Загалом, перекладачам мультфільмів вдалося успішно передати комічний ефект для української аудиторії, незважаючи на певні труднощі та відмінності в мовних системах.*

**Ключові слова.** *Гумор, аудіовізуальний переклад, мультимодальність, перекладацькі трансформації, перекладацькі стратегії.*

## ABSTRACT

**Relevance of the topic.** *The relevance of the study is due to the lack of works in the field of translation studies that focus on the ways of reproducing comic effects in animated films, taking into account technical, linguistic and cultural aspects. This study can be of practical importance for translators who are new to the field of film translation and who want to achieve effective communication impact and ensure high-quality translation of humorous materials.*

**Objective and tasks.** *The purpose of the study is to determine the characteristics of humour reproduction in the translation of English-language cartoons. To achieve this goal, the theoretical foundations of the concept of «humour» were considered and the theoretical aspects of the concept of «animated film» as a type of audiovisual translation, as well as its varieties of translation, were determined. The study includes the systematization of translation strategies for reproducing humour in animated films. A review of selected English-language cartoons allowed us to identify common means of creating a humorous effect in them, as well as to analyze which joke translation strategies were used and whether the translators managed to preserve the comic effect.*

**Research area.** *Humor in English-language animated films translated into Ukrainian.*

**Focus of the research.** *The specifics of reproducing this humor, including the use of translation strategies.*

**Research methods** *included descriptive, comparative, and theoretical analysis.*

**Results of the research.** *As a result of the study, we found that the humour in the cartoons was based on lexical, syntactic and phonetic means. The translation of this humour required the use of various strategies, such as domestication, foreignization, and compensation, which were carried out on the basis of various translation transformations. In general, the translators of the cartoons managed to successfully convey the comic effect for the Ukrainian audience, despite certain difficulties and differences in language systems.*

**Key words.** *Humour, audiovisual translation, multimodality, translation transformations, translation strategies.*

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	7
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ ГУМОРУ ТА АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ПЕРЕКЛАДУ</b> .....	10
1.1. Зміст поняття «гумор» в науковій парадигмі.....	10
1.2. Мультиплікаційний фільм як мультимодальний об'єкт аудіовізуального перекладу .....	15
1.3. Стратегії відтворення гумору при перекладі мультиплікаційних фільмів	19
<b>Висновки до розділу 1</b> .....	25
<b>РОЗДІЛ 2. ЛІНГВАЛЬНІ ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ ГУМОРУ В АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ МУЛЬТФІЛЬМАХ</b> .....	27
2.1. Лексичні засоби створення гумористичного .....	27
2.2. Синтаксичні засоби створення гумористичного .....	33
2.3. Фонетичні засоби створення гумористичного.....	35
<b>Висновки до розділу 2</b> .....	37
<b>РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ ВІДТВОРЕННЯ ЗАСОБІВ ГУМОРУ В ПЕРЕКЛАДАХ МУЛЬТФІЛЬМІВ «ГОТЕЛЬ ГАЗБІН, «СЕКРЕТИ ДОМАШНІХ ТВАРИН 2», «ЗВІРОПОЛІС»</b> .....	39
3.1. Стратегії перекладу гумору в мультфільмі «Готель Газбін» .....	39
3.2. Стратегії перекладу гумору в мультфільмі «Зоотрополіс» .....	45
3.3. Стратегії перекладу гумору в мультиплікаційному фільмі «Секрети домашніх тварин 2» .....	50
<b>Висновки до розділу 3</b> .....	53
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	55
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	57
<b>СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	60
<b>СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ</b> .....	61
<b>ДОДАТОК А</b> .....	62
<b>SUMMARY</b> .....	66

## ВСТУП

Феномен гумору сягає своїм корінням ще античного суспільства та досі залишається невід'ємною частиною різних сфер людської діяльності. Спроби пояснити причини виникнення такого явища та класифікувати це поняття можна знайти в працях багатьох дослідників минулого та сучасності в галузях філософії, психології, мовознавства та риторики, наприклад Платона, Арістотеля, Цицерона, Т. Гоббса, З. Фрейда, І. Канта, А. Шопенгауера, А. Лібольда та інших. Значний внесок у дослідження теорій вербального гумору зробив С. Аттардо. Стратегії відтворення гумору в перекладі розглянуті в працях О. Підгрушної, а з точки зору аудіовізуального перекладу актуальними є дослідження Д. К'яро.

Оскільки гумор є всеохопним явищем, він торкнувся сфери кіномистецтва, а відтак і сфери дубляжу, що останнім часом стала дедалі активніше розвиватися в нашій країні. Тому перед українськими перекладачами постало завдання якомога точніше відтворити англійський гумор в мультфільмах комедійного жанру на рідну мову, адаптувавши його під культурні смаки української аудиторії. «Гумор має двоїсту природу: з одного боку притаманний усьому людству, з іншого він має особливості властиві лише окремим країнам, націям або навіть соціальним групам» [9, с. 572].

**Актуальність дослідження** визначається недостатньою кількістю досліджень в галузі перекладознавства, присвяченим способам відтворенню комічного в мультиплікаційних фільмах, де треба враховувати технічний, лінгвістичний та культурний аспекти. Ця робота може мати практичне значення для перекладачів-початківців у сфері кіноперекладу, що прагнуть досягти ефективного комунікаційного впливу та забезпечити якісний переклад гумористичних матеріалів.

**Мета дослідження** полягає у визначенні особливостей відтворення гумору при перекладі англійськомовних мультфільмів. Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення таких завдань:

- розглянути теоретичні засади вивчення поняття «гумор»;
- визначити теоретичні аспекти поняття «мультиплікаційний фільм» як вид аудіовізуального перекладу та види його перекладу;
- систематизувати перекладацькі стратегії відтворення гумору в мультиплікаційних фільмах;
- переглянувши вибрані мультфільми англійською мовою, визначити поширені засоби створення в них гумористичного;
- проаналізувати на конкретних прикладах, які стратегії були застосовані для перекладу жартів та простежити, чи вдалося перекладачам зберегти комічний ефект;

**Об'єкт дослідження** становить гумор в англійськомовних мультиплікаційних фільмах у перекладі українською мовою.

**Предметом дослідження** виступають особливості відтворення гумору, зокрема застосування граматичних, лексичних перекладацьких трансформацій та стратегій.

**Методологічною базою** слугували: С. Аттардо [16], В. Самохіна [12], В. Карабан [5; 6], О. Підгрушна [9; 10; 14], Д. К'яро [18-21].

**Матеріалом дослідження** слугували оригінали та переклади сучасних англійськомовних мультиплікаційних комедійних фільмів «Секрети домашніх тварин 2», «Зоотрополіс» та епізоди багатосерійного мультфільму «Готель Газбін».

**Методи дослідження включали:** описовий, порівняльний аналіз, метод дедукції та індукції.

**Наукова новизна** дослідження полягає в тому, що було скомбіновано низку методів для перекладу гумору в аудіовізуальному перекладі на українську мову та проаналізовані засоби створення гумору в англійськомовних мультфільмах. Це може бути корисною базою для майбутніх дослідників

гумору в аудіовізуальному перекладі, адже це явище досі не дуже ґрунтовно досліджено.

**Апробація результатів дослідження.** Результати дослідження були представлені та доповідалися на науковому заході VIII Всеукраїнські наукові читання за участю молодих вчених «Філологія ХХІ століття: нові дослідження і перспективи» (11-12 квітня 2024 року, ННІФ КНУ ім. Тараса Шевченка, Київ, Україна).

**Структура та обсяг роботи.** Мета і завдання бакалаврської роботи обумовили її структуру, яка складається зі вступу, трьох основних розділів (кожен з яких вміщує три підрозділи), висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатку. У першому розділі розглянуто теоретичні аспекти понять «гумор» та «кінопереклад». Другий та третій розділи присвячені практичній частині: у другому розділі вміщено основні засоби створення гумору в мультфільмах, а в третьому – проаналізовано стратегії відтворення засобів комічного в перекладі мультиплікаційних фільмів українською мовою. Загальний обсяг бакалаврської роботи становить 56 сторінок, з них 49 сторінок основного тексту. Список використаних джерел налічує 47 позицій.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ ГУМОРУ ТА АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ПЕРЕКЛАДУ

## 1.1. Зміст поняття «гумор» в науковій парадигмі

На початку слід зазначити, що гумор, як такий, «є широким терміном з багатьма визначеннями, адже він може стосуватися почуття розваги, реакції сміху та схильності до гумору або доброзичливого ставлення до людей» [24, с. 1]. Тлумачний словник української мови надає таке визначення поняттю гумору: «доброзичливо-глузливе ставлення до чого-небудь, спрямоване на викриття недоліків; уміння подати, зобразити щось у комічному вигляді» [41].

Гумор як феномен сягає своїм корінням ще античного суспільства, але досі залишається невід'ємною частиною буття. Спроби пояснити причини виникнення такого явища та класифікувати це поняття можна знайти в працях багатьох дослідників минулого та сучасності, зокрема в галузях філософії, психології, лінгвістики та риторики.

Значний внесок у дослідження вербального гумору зробив лінгвіст С. Аттардо. «Безумовно мова відіграє дуже важливу роль у створенні та вираженні гумору. Однак, намагаючись відповісти на питання про те, як сміх і гумор пов'язані з мовними формами і мовною взаємодією, лінгвісти спромоглися створити низку різних теорій. Загалом, будь-який тип дослідження гумору з лінгвістичної точки зору можна класифікувати як есенціалістський або телеологічний за своєю природою» [16, с. 1-2].

На думку дослідника, «есенціалістські теорії гумору мають на меті пояснити сутність гумору, тобто достатні умови, які повинні бути виконані, щоб зрозуміти щось як гумористичне. Телеологічні теорії зосереджуються на цілях використання гумору і на тому, як його механізми визначаються цими цілями. Крім того, серед так званих метатеорій гумору можна також виділити

змістовні теорії, метою яких є визначення конкретного змісту гумору, модальностей, які впливають на гумор, а також його рецепції та розвитку; однак змістовні теорії застосовуються переважно в психології та соціології» [16, с. 1-2].

Згідно з С. Аттардо, у лінгвістиці можна виділити три групи теорій дослідження гумору: теорію несумісності, теорію ворожості та теорію вивільнення [16, с. 46-50].

Одним з перших філософів, хто ґрунтовно дослідив явище гумору був Платон. У своєму творі «Республіка», він окреслював сміх як негативне явище, пов'язане з людськими інстинктами, що може змусити людину втратити раціональний самоконтроль: «For ordinarily when one abandons himself to violent laughter, his condition provokes a violent reaction» («Зазвичай, коли людина віддається нестримному сміху, її поведінка провокує жорстоку реакцію»). Також, згідно з його міркуваннями, сміх виникав в ієрархічних умовах внаслідок бажання висміяти когось, аби самоствердитися. Отже, мислитель прагнув прищепити думку суспільству про те, що сміх має руйнівний вплив на людську підсвідомість та може виникнути лише з негативного наміру. Тому, описуючи свою ідеальну державу, він виступав за жорстке обмеження комедії: «Ми накажемо, щоб такі видовища залишалися рабам або найнятим іноземцям і щоб вони не розглядалися серйозно; жодна вільна людина, будь то жінка чи чоловік, не буде вчитися від них». «Жодному автору комедій, ямбічних чи ліричних віршів не дозволяється словом чи жестом, пристрасстю чи іншим чином смішити будь-якого громадянина» [34]. Можна стверджувати, що він був прихильником теорії ворожості.

Арістотель був учнем Платона і спирався на його праці про гумор і сміх, особливо у своїх творах «Поетика», «Риторика» та «Нікомахова етика». Одним з аспектів гумору та сміху, в якому Арістотель погоджувався з Платоном, було те, що гумор асоціюється з вищістю людей над іншими та злістю. Він також вважав, що люди сміються з потворних або неповноцінних людей, тому що це підвищує їм самооцінку і робить їх щасливими. Водночас Арістотель

припускав, що сміх не завжди є результатом горя інших людей. У «Поетиці» він навів приклад гумору, який не пов'язаний з глузуванням чи висміюванням когось. Аристотель розвинув теорію, що це явище може не нести жодної шкоди, а радше бути джерелом розваг, а здатність використовувати його у поміркований і доречний спосіб може стати надзвичайно цінною якістю: «Wit is educated insolence» («Дотепність – це освічена зухвалість») [34]. Аристотель також вважав, що гумор виникає тоді, коли хтось створює очікування в аудиторії, а потім порушує його, тобто так званий ефект несподіванки. Згодом така теорія отримала назву теорія несумісності. Згідно з нею, речі, які є смішними або безглуздими – показують нам відмінності між тим, як ми сприймаємо світ, і тим, як він існує насправді.

Цицерон також був одним з перших філософів, хто здійснив ретельне, методичне дослідження гумору у трактаті «Про оратора», вплинувши на багатьох майбутніх теоретиків, які досліджували явище гумору. У своїй праці він намагався значною мірою розмежувати свої погляди з думками Аристотеля, посилаючись на високі етичні критерії, що були введені римлянами. На відміну від Платона і Аристотеля, Цицерон розглядав сміх в контексті риторики, а не комедії. Також перші два дослідники ставилися до сміху з пересторогою, а Цицерон сприймав його позитивно та вважав, що гумор є ознакою величі. Філософ твердо вірив у те, що комедія є талантом, даним самим Богом, і водночас є дієвим засобом справити належне враження під час публічних виступів. Тож саме він був першим, хто визнав риторичну функцію гумору в ораторському мистецтві. Було, проте, дещо спільне у баченнях Цицерона та Аристотеля: необхідність поміркованості гумору та зосередження на почуттях інших під час його застосування. Філософ зауважив, що до злочинів, фізичних проявів хвороб та старості застосування гумору недоречно. А на питання багатьох: «Що ж тоді може становити об'єкт сміху?», він відповів просто: все, що пов'язане з людиною (моральні, розумові та матеріальні якості людини, але не страждання) та те, що протилежне прекрасному. Окрім того, як і Аристотель, римський вчитель Цицерон також розглядав гумор крізь призму теорії

несумісності: у трактаті «Про оратора» він пише: «The most common kind of joke is that in which we expect one thing and another is said; here our own disappointed expectation makes us laugh» («Найпоширеніший вид жарту – це той, в якому ми очікуємо одного, а говориться інше; тут наше власне розчароване очікування змушує нас сміятися») [34].

Цицерон також здійснив ранню спробу класифікувати гумор, запропонувавши дві категорії: 1) гумор, що породжується з конкурентної ситуації; 2) гумор, що породжується словами (незвичайне тлумачення власних назв, абсурд, двозначність, несподівані умовиводи, каламбури, алегорія, протилежність, уявна простота, карикатурне зображення, порівняння (схожість), протиріччя (суперечність), нездійснене очікування, іронія, передражнювання, небилиця, метафора, прислів'я, легка насмішка, недооцінка, несподіванка, буквальне розуміння слів). Ситуативні жарти базуються на візуальній реєстрації комічного, тобто на переміщенні людини в просторі, жестах та взаємодії з предметами, або динамічній зміні обстановки певної ситуації, у якій людина перебуває. Мовні елементи таких жартів є ситуативними, тож вони слугують лише для повноти надання інформації, не надаючи жодної інтерпретації чи оцінки. У мовних жартах, навпаки, комічне виникає у вербальній формі, а ситуація розташована на другому плані жарту. Репліки людини є основою таких жартів, водночас зміна рухів чи обставин у ситуації не обов'язкова. «Принципова різниця між ситуативним та мовним гумором полягає в тому, що ситуативний гумор – це гра думкою, а мовний – це гра з мовними знаками» [10, с. 35]. Таку класифікацію і зараз можна застосовувати до сфери кінематографії. Раніше ситуативний гумор активно застосовувався у німому кіно, зокрема режисерами братами Люм'єрами, Ж. Мельєсом та Ч. Чапліном. Яскравим прикладом ситуативного гумору також є більш сучасна американська комедія «Маска» («The Mask») та серія короткометражних мультиплікаційних фільмів «Рожева пантера» («The Pink Panther»), де глядач легко розуміє жарти з міміки, рухів та жестів самого персонажа, а мовні елементи не грають вирішальної ролі.

Окрім Арістотеля, Платонівську ранню теорію вищості гумору, або ж теорію ворожості у XVII столітті підтримав і Т. Гоббс, визначивши це явище як тріумф над невдалою іншою людиною. Тому він припускав, що в гуморі завжди повинен бути присутній елемент конкуренції або конфлікту, тому сміх є негативним явищем, яке слід придушувати і не використовувати надмірно.

Теорії несумісності Арістотеля розвинули у своїх працях І. Кант та А. Шопенгауер. За словами І. Канта «сміх – це афект, який виникає із несподіваного перетворення напруженого очікування в ніщо» [31, с. 25].

Згідно з А. Шопенгауером, «причина сміху – це несподіване сприйняття несумісності між уявленнями та реальними об'єктами, і чим більша ця несумісність, тим голосніший буде сміх» [31, с. 25]. С. Аттардо припустив, що «оскільки теорії інконгруентності гумору зосереджуються на розбіжностях між поняттями, їх також можна сприймати як когнітивні теорії» [16, с. 48]. Це можна застосувати до аналізу вербального гумору, оскільки, спостерігаючи за спілкуванням людей, можна знайти свідчення розмовних жартів, зокрема каламбурів та гри слів [36, с. 425].

З. Фройд був яскравим прихильником теорії вивільнення, стверджуючи, що сміх вивільняє накопичену нервову енергію. Також він класифікував три різні типи або категорії смішного: жарти, комічне та гумор. «Кожен з них передбачає збереження або економію психічної енергії, яка, ставши непотрібною для своїх звичайних цілей, розсіюється у формі сміху» [31, с. 18].

З. Фройд вважав, що жарти здатні використовувати низку когнітивних прийомів, зокрема витіснення, конденсацію та об'єднання, які дозволяють людині висловити несвідомі імпульси, а стримуюча енергія, яка зазвичай використовується для придушення цих імпульсів, в результаті жарту стає надлишковою і розсіюється у формі сміху.

Друга категорія явищ, пов'язаних зі сміхом, відповідно до З. Фрейда, – це комічне, що пов'язане з невербальними джерелами веселоців, такими як фарс. У таких ситуаціях спостерігач мобілізує певну кількість психічної енергії в

очікуванні того, що щось станеться. Коли очікуване не відбувається, ця психічна енергія стає надлишковою і вивільняється у сміху.

Третя категорія, тобто гумор, виникає в ситуаціях, в яких люди зазвичай відчують негативні емоції, такі як страх, смуток або гнів, але сприйняття кумедних або невідповідних елементів у ситуації дає їм змогу поглянути на неї під іншим кутом зору. «У мовознавстві його теорія використовується для пояснення природи жартів і гри слів, які, як кажуть, звільняють мовців від правил, що регулюють використання мови» [16, с. 50].

## **1.2. Мультиплікаційний фільм як мультимодальний об'єкт аудіовізуального перекладу**

У мовознавстві переклад кінофільмів та мультфільмів розглядається як особливий вид завдяки своїм унікальним рисам. Певною мірою переклад кінотексту можна порівняти з перекладом художньої літератури, проте вони мають вагомі відмінні риси. Перекладачі художніх текстів мають меншу свободу, адже їм потрібно дотримуватися індивідуального авторського стилю. Втім це не характерно для перекладу мультфільмів, який близький до вільного, адже над їхнім створенням працює не одна людина, а ціла команда, тож не існує єдиного стилю. Головним завданням тут постає відтворення смислового та інтонаційного супроводу на екрані. Тому кінопереклад належить до аудіовізуального перекладу і характеризується мультимодальністю (симбіозом мови, звуків та зображень). «Під поняттям “аудіовізуальний переклад” ми розуміємо особливий вид перекладу, специфіка якого полягає у передачі змісту через слуховий та зоровий канали та різні види кодів синхронно з тим, що зображено на екрані» [8, с. 110]. Згідно з Н. Матківською, головною особливістю аудіовізуального перекладу є синхронізація вербальних і невербальних компонентів [32, с. 38]. Дослідник Г. Готліб вважає, що існує

чотири канали: вербальний аудіоканал (діалоги, закадрові голоси, пісні); невербальний аудіоканал (музика, звукові ефекти, звуки за кадром); вербально-візуальний канал (субтитри, написи, нотатки, титри, які з'являються на екрані) та невербальний візуальний канал (зображення на екрані) [26, с. 245].

Такої ж класифікації дотримується Д. К'яро, стверджуючи, що «невербальний компонент складається зі складного візуального коду, що включає елементи, які варіюються від рухів акторів, міміки та жестів до декорацій, костюмів, використання освітлення та кольору. Однак цей візуальний код також включає вербальну інформацію в письмовій формі, яка складається з таких елементів, як вказівники та вуличні знаки, а також такі предмети, як банери, газети, листи, нотатки тощо. Таке розташування візуальної інформації поєднується з акустичним кодом, який складається не лише зі слів у діалогах, але й з низки невербальних звуків, таких як фоновий шум, звукові ефекти та музика. Таким чином, глядачі бачать ічують діалоги» [20, с. 142].

Два види мультимодального перекладу, яким часто приділяють надмірну увагу, – це дубляж і субтитрування. Окрім цих двох типів мультимодального перекладу, існує менш поширений тип аудіовізуального перекладу – закадровий голос [20 с. 141-142].

Дублювання – це процес повної заміни оригінальної аудіодоріжки на доріжку мовою перекладу. Головна мета дубляжу – створити у глядачів відчуття, що вони дивляться мультфільм, персонажі якого насправді розмовляють мовою перекладу. Тому це передбачає не лише переклад тексту оригіналу, а й використання технічних прийомів, серед яких найпоширеніший – це ліпсинк. Дублювання передбачає синхронізацію аудіо- та відеоряду кінострічки. «Таким чином, дублювання як вид кіноперекладу включає процес перекладу та технічний процес перезапису звукової доріжки» [11, с. 338]. Саме це певний час створювало труднощі для перекладачів, бо глядачі не мали помічати, що речення у цільовій мові довші чи коротші ніж ті, що в оригіналі, тому треба було якомога точніше накладати слова на рух губ персонажів. Тобто

перекладати коротку репліку довгою та навпаки, наприклад у разі застосування описового перекладу чи трансформації вилучення становило проблему, яка не притаманна іншим типам кіноперекладу. Однак сучасні технології дозволяють використовувати метод цифрової зміни рухів губ персонажів чи акторів, що призводить до повної синхронізації перекладених діалогів, так що глядачам не доводиться розподіляти свою увагу між розмовним текстом оригіналу та дубляжу [32, с. 40]. Синхронний дубляж є найпоширенішим видом переозвучення тих мультфільмів, що перебувають у масовому прокаті, і здебільшого виконується професійними акторами. При відборі акторів для дубляжу враховується оригінальний голос, темперамент персонажа та вік актора. Логічно припустити, що дублювання набагато дорожче, ніж інші види адаптації, а також займає багато часу. Більше того, під час дублювання може втрачатися оригінальна звукова доріжка, і глядачеві важче звикнути до нових голосів менш відомих акторів дублювання.

Субтитрування – це відтворення письмового тексту мовою перекладу на екрані під час демонстрації кінострічки мовою оригіналу, якому притаманна стислість та читабельність. Субтитри мають містити 35-40 знаків з пробілами та вміщатися у максимум два рядки, з'являючись на екрані не довше ніж на 4 сек. Також, зважаючи на те, що люди говорять швидше, ніж читають, часто просто не вистачає часу на те, щоб відобразити всі слова на екрані, вимовлені в оригінальному тексті. Тому серед недоліків субтитрування можна виділити вичерпність інформації, яку можна зазначити, а тому певні шматки тексту мають бути скорочені чи взагалі вилучені. За словами Д. К'яро, текст або зовсім вилучається, або замінюється зовсім іншим гумористичним текстом, який буде не менш цікавим у мові перекладу [18]. Але не завжди можна зберегти гумористичний ефект, бо, наприклад, «у дубляжі можна досягнути бажаного ефекту за допомогою саркастичної інтонації, в той час як у субтитруванні сарказм складно зобразити, і він не є тією стратегією, до якої вдаються, якщо існує альтернатива» [38, с. 14]. Зате на противагу дублюванню цей тип перекладу не впливає на національний колорит, а максимально його зберігає.

Окрім цього, такий «вид кіноперекладу є значно швидшим та дешевшим, ніж дублювання і закадрове озвучення» [4, с. 36].

Поряд з вже зазначеними типами кіноперекладу можна виділити ще закадровий. Т. Сіроштан стверджує, що «закадровий переклад або напівдубляж – це переклад скрипта діалогу, який транслюється практично синхронно з треком оригінального діалогу» [13, с. 17-18]. За визначенням Н. Матківської це такий вид озвучення, що «передбачає накладання звукової доріжки тексту перекладу на приглушену звукову доріжку тексту оригіналу» [32, с. 39].

У закадровому озвученні не дуже касових чи маловідомих мультфільмів ролі часто озвучуються однією чи двома людьми, що є доволі беземоційним, хоча й не зовсім монотонним, а отже голоси не впливають на сприйняття того, що відбувається на екрані. Лише оригінальні голоси персонажів слугують для покращення розуміння настроїв героїв. Існує також і багатоголосе закадрове озвучення, де кожна роль озвучує окремий актор, хоча певні другорядні ролі може озвучувати одна людина. Недолік такого типу озвучення - це те, що «у цьому виді аудіовізуального перекладу не враховуються регіональні діалекти, акценти та особливості мовця» [32, с. 39].

Отже, кінопереклад займається переважно передачею вербального звукового коду аудіовізуального продукту іншими мовами. Проте субтитрування використовує вербальний візуальний канал для створення перекладеного дискурсу. З цієї причини стверджується, що субтитрування передбачає подвійний переклад: з усного коду на письмовий і з мови оригіналу на мову перекладу [37, с. 5]

Основною цільовою аудиторією мультфільмів є діти та підлітки, а тому застосування дублювання є більш бажаним, ніж наявність субтитрів чи накладення перекладу на оригінальні репліки героїв. Хоча й дублювання має свої нюанси, останні два варіанти розсіюють увагу глядача, створюючи надмірний аудіо- чи візуальний шум, який перешкоджає сприйняттю інформації. До того ж, закадрове озвучення є менш експресивним, а дублювання враховує всі емоції та нюанси мови персонажів. Експресивність є

важливою складовою, які відрізняє мультфільми від кінофільмів, бо вона дозволяє дітям краще засвоювати та запам'ятовувати побачене. Більше того, дублювання найкращий метод перекладу для дітей, які ще не навчилися читати, а також для людей з поганими навичками читання.

Варто зазначити, що закадровий переклад був основним методом адаптації мультфільмів в Україні у перші роки її незалежності. Однією з перших спроб дубляжу українською була стрічка «Карлсон, який мешкає на даху». Проте вже незабаром почало з'являтися професійні студії дублювання; був здійснений легендарний дубляж «Сімпсонів» на замовлення телеканалів «М1», «1+1» та «QTV», не менш відомий дубляж мультфільмів «Король Лев» та «Льодовиковий період». Також дубляж повнометражного мультфільму «Тачки», який було здійснено у 2006 році, вважається найякіснішим у світі, про що свідчить його прокат, що на 30% успішніший порівняно з прокатом російської версії дубляжу, що вийшов того ж року.

За словами Т. Журавель, нині «дублювання в основному застосовується під час перекладу повнометражних та короткометражних фільмів та серіалів, а закадрове озвучення - при перекладі документальних програм, інтерв'ю та новин» [4, с. 36].

Зважаючи на вже досить розвинену сферу дублювання та краще сприйняття саме такої адаптації цільовою аудиторією, у цій роботі розглядається переклад дубльованих мультфільмів.

### **1.3. Стратегії відтворення гумору при перекладі мультиплікаційних фільмів**

Під час роботи з дублюванням мультфільмів на труднощі з технічний аспектом, тобто синхронізацією перекладу, накладається ще «необхідність осягнення мовних та мультимодальних характеристик кожного вихідного

гумористичного елементу в рамках аудіовізуального перекладу» [14, с. 363-364]. «Характерною рисою більшості аудіовізуальних продуктів є використання діалогів, які характеризуються живою, спонтанною мовою, що може значно ускладнити роботу перекладача. Деякі особливості діалогів, які можуть стати викликом для перекладача, зокрема часте використання різноманітних жартів» [40, с. 93–98].

За словами Д. К'яро, «вербально виражений гумор, як відомо, важко перекласти, коли він просто написаний або вимовлений, але на екрані він може стати особливо складним, коли візуальні та вокальні образи зливаються воедино» [18, с. 162]. «Незалежно від того, наскільки складною є вербально виражений гумор, перекладач зобов'язаний відчайдушно шукати адекватне рішення того, що часто є багатограним лінгвістичним та/або культурним ребусом» [23, с. 569].

Серед стратегій передачі гумору не можна виділити лише якусь одну універсальну класифікацію, адже їх існує багато. Загальне визначення перекладацьких стратегій можна знайти у німецького лінгвіста Х. Крінгса, який вважає, що це «усвідомлені плани перекладача, спрямовані на вирішення конкретної перекладацької проблеми в рамках конкретного перекладацького завдання» [28, с. 18]. Він розглядав стратегії вибору перекладацьких відповідників подібно до Ю. Найди, який, у свою чергу, успішною стратегією вважає таку, за якої «якість перекладу, при якій повідомлення оригіналу переноситься у мову перекладу таким чином, що реакція сприймача перекладу є, по суті, подібною до реакції вихідних споживачів» [35, с. 200]. За словами А. Лібольда, перекласти гумору означає «розшифровувати гумор в рамках оригінального контексту, перенести його в інший мовний та культурний простір, який часто не має нічого спільного з вихідним, і, нарешті, вбрати його в нову мовну форму, яка, у свою чергу, має успішно відтворити функцію вихідної фрази і викликати відповідну реакцію в аудиторії» [29, с. 109]. Під стратегіями перекладу гумору різні дослідники мали на увазі застосування тактик, прийомів, стилістичних засобів, або ж перекладацьких трансформацій.

На думку А. Лібольда, можна застосувати один з трьох шляхів: виключити жарт з тексту; застосувати буквальний переклад чи додати коментар [29, с. 109]. Кожна з цих стратегій має свої нюанси. Зрозуміло, що за умови вилучення жарту ніякої сміхової реакції від глядачів не буде, тож її можна застосувати лише у крайньому випадку. Буквальний гумор не завжди зрозумілий цільовій аудиторії через розбіжність сміхової культури, народної ментальності та асоціацій, які в кожній країні сформувалися в умовах різних історичних, політичних та культурних подій. Вона буде ефективною лише тоді, коли гумор універсальний та зрозумілий кожному. Остання стратегія також може виявитися неефективною, адже вона знижує ефект неочікуваності, який лежить в основі жартів. Якщо глядачеві доведеться пояснювати жарт, то навряд чи йому буде смішно. До того ж використання еквівалентності з поясненням чи коментарем – це стратегія, яка є іноді недоречною для застосування в аудіовізуальному контексті через обмеження кількості знаків при субтитруванні або часових обмежень при дублюванні чи озвучуванні.

В аудіовізуальному перекладі можна застосувати дві можливі стратегії: стандартизацію (або нейтралізацію) та адаптацію, про яку писала у своїй роботі В. Демецька [3]. Стандартизація спрямована на заміну діалектних форм на форми, які відповідають нормам і правилам стандартної мови. На противагу цьому, адаптація передбачає пошук таких мовних форм і варіантів у цільовій мові та культурі, які мають еквівалентну функцію або ефект, що й оригінал. Адаптація поділяється на дві мікростратегії: одомашнення та відчуження [32, с. 43]. Оскільки гумор у мультфільмах нерідко має зв'язок з культурними реаліями, то вони є досить влучними. Цю класифікацію можна знайти в працях багатьох дослідників, зокрема Е. Паунда, який виділив «інтерпретаційний переклад», що дає справжнє відчуття оригіналу, створюючи майстерну копію структур оригіналу та переклад «іншого гатунку», за якого створюється щось своє на чужому ґрунті [цит. за 1, с. 8]. Суттєвий внесок у дослідження стратегії одомашнення зробив український письменник М. Рильський та вже згаданий Ю. Найда, котрий обґрунтував необхідність культурної адаптації тексту під час

перекладу. За умови одомашнення гумору перекладач орієнтується на культуру та смаки цільового споживача, застосовуючи вільний переклад. «Найсуттєвішим недоліком такого прийому можна вважати втрату “радість впізнавання” цитати, перетворення семантично насиченої частини тексту в нейтральний фон, порушення естетичної цілісності вихідного тексту» [1, с. 11]. Також до цього також можна зарахувати відсутність передання культурного фону чи епохи. Очуження навпаки зберігає риси чужості тексту та часто здійснюється за допомогою буквального перекладу чи калькування. Цей метод можна застосовувати ситуативно (за наявності фонових знань у глядача), коли нівелювання культурних розбіжностей не впливає на сприйняття гумору. Адже, за словами Н. Матківської, «з точки зору перекладу діалогів в аудіовізуальному продукті очуження також включає в себе використання клішованих іноземних фраз або мовних засобів, що розкривають національне або регіональне походження персонажів. Такі клішовані фрази, мовні засоби або навіть мовні відхилення можуть відповідати стереотипам або очікуванням аудиторії» [32, с. 42].

Згідно з Д. К'яро, перекладачі зазвичай застосовують одну з чотирьох стратегій для перекладу вербального гумору. По-перше, вони можуть залишити гру слів без змін; по-друге, вони можуть замінити гумор оригіналу новим, але іншим прикладом гумору в мові перекладу; по-третє, вони можуть замінити його ідіоматичним висловом; і, нарешті, можна просто проігнорувати гумор оригіналу [22, с. 11-12].

Варто також відзначити окрему стратегію, про яку згадувала у своїй роботі О. Підгрушна, де стверджується, що «стратегія інтенсифікації гумористичного ефекту є типовою рисою українських перекладів кіноадаптацій». Часто нейтрально лексична одиниця може перетворюватися на стилістично-забарвлений жаргон, що сприяє посиленню гумористичного ефекту та не входить у конфлікт з сюжетом [14, с. 365]. Посилення гумору також може полягати також у додаванні певної інформації заради експлікації [33, с. 510], а отже, інколи може збігатися з трансформацією додавання.

До стратегій перекладу гумору можна також віднести трансформації. Як ми вже простежили, у зарубіжних дослідженнях відсутній термін «translation transformation», тому там пропонуються інші прийоми, до яких варто дотримуватися під час перекладу [30, с. 73]. В. Карабан є одним з українських науковців, хто дослідив та класифікував перекладацькі трансформації. Він виділяє граматичні трансформації (перестановка слова, заміна, додавання, вилучення, комплексна трансформація) та лексичні (конкретизація, генералізація, смисловий розвиток чи модуляція, компенсація, антонімічний переклад) [5, с. 4]. До лексичних трансформацій дослідник С. Флорін [25] також зараховує кальку, транслітерацію, транскрипцію та введення неологізму. Перестановка або транспозиція – це зміна порядку слів у реченні. Замінюватися може будь-яка граматична одиниця, наприклад словоформа, тобто частина мови, член речення чи навіть ціле речення певного типу. Л. Яковенко та А. Болдирева підкреслювали, що «заміна членів речення використовується перекладачами досить часто, з огляду на розбіжності у типах двох мов і семантичних структур речення...», «заміна членів речення призводить до перебудови синтаксичного устрою речення» [39, с.201]. Додавання слова – це такий тип граматичної трансформації, в результаті якої може збільшуватися кількість членів речення, або ж словоформ чи слів. Цю трансформацію варто застосовувати тоді, коли треба зробити структуру висхідного речення більш повною. Вилучення або опущення – це зменшення кількості елементів мови в перекладі, що протилежне додаванню. Часто цю граматичну трансформацією застосовують задля уникнення тавтології чи плеоназму. Комплексна граматична трансформація може об'єднувати в собі декілька із вищезазначених.

Щодо лексичних трансформацій, то під час конкретизації перекладач звужує та уточнює значення слова. Тобто конкретизація – це перетворення, в результаті котрого слово, що має ширшу семантику в мові оригіналу, перетворюється на слово з вузкою семантикою в цільовій мові. В результаті генералізації слово з вузким значенням перетворюється на слово з ширшим значенням. За напрямком вона прямо протилежна конкретизації. Проте

використовувати її слід обережно, бо зловживання може призвести до надмірного розмиття початкового значення, або взагалі до порушення граматичних чи стилістичних норм мови перекладу. Смысловим розвитком або модуляцією називають заміну слова чи словосполучення на те, значення якого логічно виводиться з початкової лексичної одиниці. «Модуляція – заміна слова або словосполучення мови-джерела на слово або словосполучення у мові перекладу, значення яких можна вивести логічним шляхом з початкового значення» [17, с. 174]. Компенсація – це прийом, котрий застосовується в тому випадку, коли певні одиниці мови оригіналу не мають відповідних еквівалентів у цільовій мові. Їх не можна передати засобами мови перекладу, тому перекладач застосовує інші. Цю трансформацію також часто застосовують для заповнення прогалин, створених безеквівалентною лексикою, зокрема реаліями. Антонімічний переклад передбачає перетворення ствердної форми слова на негативну або навпаки. У перекладі з англійської на українську мову такий прийом часто застосовується тоді, коли в оригіналі перед словом, що має негативний префікс *-un*, *-dis*, стоїть заперечна частка, тобто наявна подвійна негативізація, що не характерно для української мови. Це називається анулюванням двох наявних у реченні негативних семантичних компонентів. Антонімічний переклад також передбачає два інші типи: негативацію (слово без заперечувальної семантики замінюється на слово з префіксом *не-*) та позитивацію (слово з вираженою заперечувальною семантикою замінюється на слово, де її немає). Калька – це буквальный переклад слова чи словосполучення зі збереженням семантичного змісту. Транскрипція – це трансформація, за якої елемент переноситься в цільову мову без значних змін у фонетичній формі. Транслітерація означає перетворення мовних елементів, записаних засобами графічної системи вихідної мови на систему цільової мови.

Хоча в кожного зі згаданих дослідників є власний погляд на класифікацію стратегій перекладу гумору, серед них немає помилкових. Для кожної з них існують певні умови, яких варто дотримуватися для адекватного

перекладу, звертаючи увагу на культурний аспект, фонові знання цінкової аудиторії, функцію, яку треба передати.

## **Висновки до розділу 1**

На основі опрацьованого теоретичного матеріалу у першому розділі ми зробили висновок, що гумором люди цікавилися протягом століть, починаючи з представників античності, зокрема Демокрит, Аристофан, Аристотель та Цицерон. До більш сучасних дослідників можна віднести Канта, Шопенгауера та Фрейда. Вони виділили три групи теорій виникнення гумору: теорію несумісності, теорію ворожості та теорію вивільнення. З точки зору лінгвістики та перекладознавства його досліджувала О. Підгрушна, виділивши ситуативний та мовний гумор, а також розглянувши стратегії його перекладу. У кіноперекладі гумор розглядався дослідницею Д. К'яро, яка виділила власні стратегії його відтворення на іншу мову.

Було також з'ясовано, що кінопереклад є прикладом мультимодальності, що поєднує вербальну та невербальну, звукову та слухову системи. Існує вербальний аудіоканал, що включає в себе діалоги, пісні та закадрові голоси; невербальний аудіоканал, що поєднує музику та звукові ефекти; вербально-візуальний канал, тобто субтитри, написи, нотатки, титри, які з'являються на екрані, а також невербальний візуальний канал, тобто зображення на екрані.

Аудіовізуальний переклад в основному здійснюється за допомогою трьох шляхів: субтитрування, дублювання чи озвучення з незначною затримкою поверх оригінальних реплік. Було зроблено висновок, що дублювання є найефективнішим методом для перекладу мультфільмів, адже найкраще сприймається основною цільовою аудиторією, тобто дітьми, які можуть ще не вміти читати. Під час субтитрування варто зважати на довжину вміщеного на

екрані тексту, яка є обмеженою, а під час дублювання ще й на ліпсінк, тобто накладання вигуків, пісень та реплік на губи персонажів, хоча й з розвитком технологій цей аспект вже не представляє багато проблем. До технічних труднощів додаються також лінгвістичні, зокрема це стосується відтворення гумору. Досліджуючи стратегії передачі гумору, особливо що стосується аудіовізуального перекладу, можна стверджувати, що дослідники ще не дійшли узгодженої класифікації. Тому на базі згаданих класифікацій стратегії можна їх систематизувати, виділивши стратегію адаптації (одомашнення та очуження), що є особливо влучними для передачі культурного гумору, стратегію компенсації, нейтралізації та підсилення гумору. Такі стратегії можуть досягатися шляхом застосування граматичних (перестановки слова, заміни, додавання, вилучення, комплексної трансформації) та лексичних трансформацій (конкретизації, генералізації, смислового розвитку чи модуляції, антонімічного перекладу, кальки, транслітерації, транскрипції чи неологізму). Також можна виокремити застосування нульової трансформації, тобто дослівного перекладу. Зважаючи на досвід перекладачів та вибір ними стратегій, гумористичний ефект може бути збереженим, вилученим або навіть з нуля створеним у перекладі.

## РОЗДІЛ 2. ЛІНГВАЛЬНІ ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ ГУМОРУ В АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ МУЛЬТФІЛЬМАХ

### 2.1. Лексичні засоби створення гумористичного

Як вже було зазначено у першому розділі, гумор може виникати у мультиплікаційних фільмах як на ситуативному рівні (як це було раніше у німому кіно), так і за допомогою лінгвістичних засобів.

З точки зору перекладознавства створення гумору означає використання різних мовних засобів, спрямованих на створення гумористичного, комічного ефекту [12, с. 65]. Мовні засоби можуть утворюватися зокрема на лексичному, синтаксичному та фонетичному рівнях. Класифікації засобів створення комічного розглядали у своїх працях П. Бокова [2], В. Кухаренко [7] та В. Самохіна [12]. В. Самохіна виявила, що «основними засобами створення комічного ефекту в жарті є різновиди мовної гри, побудованої на інконгруентності всіх мовних рівнів: на фонетичному – гра звуків (омоніми, омофоноїди, омографи), шиболет, звукова метатеза; на лексичному – каламбури, бленди, малапропізми, оксиморони, зевгми» [12, с. 17]. Також до лексичних засобів вона відносить антропоніми: «у смішних власних назвах міститься гумористичний заряд, що створює інконгруентні гумористичні асоціації, які відіграють роль дешифратора комічної ситуації в анекдоті» [12, с. 17]. Лексичними засобами В. Кухаренко вважає гру слів, тропи, іронію, гіперболу, порівняння, антономазію та оксиморон, синтаксичними – антитезу, повторення, а фонетичними – оноματοпею [7, с. 23-57]. Автори мультфільмів можуть також створювати гумор на фонетичному рівні, що характеризується особливостями вимови, зокрема різними акцентами, чи нестандартною вимовою звуків англійської мови. Надалі у роботі ми звернемося до класифікації В. Кухаренко з деякими доповненнями.

Гра слів є дуже частотним лексичним засобом для створення гумору. Одним із різновидів мовної гри є каламбури. За словами П. Бокової, «каламбури створюються завдяки вмілому використанню з метою досягнення комічного ефекту співзвучностей, повних і часткових омонімів, паронімів і таких мовних феноменів як полісемія. Зазвичай складаються з двох компонентів, кожний з яких може бути словом чи словосполученням. Елементом, який гарантує каламбуру успіх є непередбаченість тієї чи іншої ланки у ланцюгу мовлення, так званий ефект раптовості. Поява кожного елемента у мовленнєвому ланцюжку немов би передбачається усіма попередніми елементами і визначає всі наступні елементи: одночасно або послідовно глядач сприймає обидва значення, одне з яких він не очікував» [2, с.49].

Також варто зазначити, що «контекстуальні умови, що призводять до одночасної реалізації двох значень і утворення каламбуру, можуть бути різними: це може бути неправильна інтерпретація висловлювання одного мовця іншим, внаслідок чого його репліка стосується іншого значення неправильно витлумаченого слова або його омоніма. Каламбур може бути результатом навмисного порушення мовцем очікування слухача» [7, с. 25].

Наприклад, у «Звірополісі» з вуст головної героїні пролунала фраза «*I am just a dumb bunny, but we are good at multiplying*» [47]. Тут каламбур побудований на різних значеннях дієслова *to multiply*: «множити» та «розмножуватися». Хоча в перекладі залишили перше значення (див. Додаток А), бо в цей момент Джуді рахує суму несплачених податків Ніком, проте загалом її слова можна трактувати двома значеннями. Те, що її вид дуже успішний у плані саме другого значення підтверджує її рідне місто Довгі Нори (в ориг. «*Bunnyburgow*»), у якому налічується більш ніж 81 мільйон жителів, а також наявність в її родині 270 братиків та сестричок. Також у цьому мультфільмі була гра слів у репліках персонажа землерийки з іронічним іменем містер Біг «*And how did you repay my generosity? With the rug made from the butt of a skunk? A skunk-butt rug. You disrespected me, my Gram-mama... who I buried*

*in that skunk butt rug*» [47]. Каламбур тут міститься в слові «*Gram-mama*», що схоже за звучанням зі словом «*grandmama*». Комічна ситуація полягає в тому, що містер Біг та його бабуся належать до дрібних гризунів, а отже мають маленьку вагу та розмір. Інший приклад: « – *Feels good to be appreciated. – Smell-wether! – Ugh. That’s a fun little name he likes to use. I called him Lion-fart once. He did not care for that*» [47]. В цьому моменті згадується, як секретарка мера Вівцянка навмисно чи випадково перекрутила його прізвище «*Lionheart*» на «*Lion-fart*». Комічний ефект в цій стрічці також був створений за допомогою фразеологічної полісемії: «*I’ve got three items on the docket. First, we need to acknowledge the elephant in the room. Francine (name of the elephant), happy birthday*» [47]. Цей фразеологізм має значення «*вирішити якусь проблему чи слизьку тему*». Але за контекстом треба було привітати слониху, що сиділа разом зі своїми колегами в одному приміщенні та в якій був день народження. Локалізатори вирішили перекласти це за допомогою калькування, як це найчастіше роблять з цією ідіомою. Хоча й досить доречним українським відповідником міг бути фразеологізм «*повернутися до своїх баранів*», у якій також згадується назва тварини, проте саме в цій ситуації виникла б логічна невідповідність та дисонанс в цільових глядачів.

Каламбур також присутній в мультфільмі «*Готель Газбін*», де Люцифер говорить Аластору «*Hmm. Nope! I guess that’s why Charlie called it the “Hazbin” Hotel! Hahaha*» [45]. Назва готелю «*Hazbin*» в англійській мові співзвучна зі словами «*has been*». Герой каже це іронічно, натякаючи на те, що готель перебуває в занедбаному стані. Українським локалізаторам довелося пожертвувати звуковим наслідуванням слова «*Газбін*», а отже і грою слів заради збереження іронічного сенсу (див. Додаток А).

Каламбур був присутній в одній з реплік кішки Хлої у мультфільмі «*Секрети домашніх тварин 2*»: «*Whoa. That is unbelievable. – I know, right? – No, I mean I literally don’t believe a word of it. No offense. Or do take offense. I’m good either way*» [46]. Слово «*unbelievable*» в англійській мові має два словникових відповідники: «*неймовірний*» та «*такий, у який важко віритися*».

На початку може здатися, що воно вжите саме в першому значенні, про що й подумав і Сніжок, підтримавши слова Хлої. Проте вже наступна репліка розкриває зовсім інше значення.

Ще одним видом мовної гри є семантично хибні ланцюжки. «Коли кількість однорідних членів, семантично роз'єднаних, але приєднаних до одного дієслова, збільшується, ми маємо справу з семантично хибними ланцюжками. Як правило, саме останній член ланцюжка випадає з тематичної групи, обманюючи наші очікування і створюючи гумористичний ефект» [7, с. 26]. Цей засіб було використано в «Готелі Газбін»: «*Three years. Three years I've been sharing my life with her. And I tell her everything. My hopes, my dreams, my insecurities, my embarrassing habits, what deodorant I like*» [45]. Також його застосування можна простежити і в «Звірополісі»: «*– The only thing we have to fear is fear itself. – And also bears. We have bears to fear, too. Say nothing of lions, wolves and weasels. You know, pretty much all the predators*» [47].

Ще один прийомом, що здатний створити іронічний ефект - антономазія. «Це лексичний стилістичний засіб, в якій власна назва вживається замість загальної або навпаки, тобто, в ньому номінативне значення власної назви пригнічується логічним значенням або логічне значення набуває нового номінативного компонента» [7, с. 29]. Приклад його застосування простежуємо в мультфільмі «Зоотрополіс»: «*Scotching sandstorm. You are dead, Bunny Pumpkin. 1000-foot fall. Whoa! You are dead, Carrot Face! Frigid ice wall. Whoop. You're dead, Farm Girl!*» [47] «*– You can't touch me, Carrots. – You're gonna want to refrain from calling me Carrots*» [47] та «Готель Газбін»: «*And where is Mrs Fearless Leader anyway? Isn't it about time for another "doomed-to-fail" plan?*» [45]. Інший приклад: «*I just thought you were better than that. Thanks, Captain Buzzkill*». Також такий засіб трапляється також у мультфільмі «Зоотрополіс»: «*Hey, Flash, i'd love you to meet my friend. Uh, darling I've-forgotten-your-name*» [47].

У мультфільмі «Зоотрополіс» для створення гумористичного гіпербола часто взаємодіяла з іншими стилістичними засобами, такими як порівняння: «*–*

*As you can see, Nangi is an elephant, so she will totally remember everything. Hey Nangi. These dudes have questions about Emmitt the otter. Been coming to your yoga class for like 6 years. – I have no memory of this beaver. – Told you Nagal has a mind like a steel trap. I wish I had a memory like an elephant» [47]. Тут комічне досягається за допомогою перебільшення розумових здібностей тренерки слонихи Нанги словом «everything», водночас порівнюючи її макітру з вагоном (див. Додаток А), хоча насправді вона не може нічого загадати про свого учня, з яким вона займалася аж цілих 6 років. Чим більша невідповідність між ознаками порівнюваних об'єктів, тим більша їх полярність на семантичному та стилістичному рівнях, тим більше комізму в самому порівнянні [15, с.11].*

Також було використано цей засіб і в «Готелі Газін», де прозвучала така фраза: *«What is this? Wrist ruffles? Is it 1750? Burn it like witches who wore it» [45].* Ці слова належать жительці Пекла на ім'я Вельвет, котра працює на телебаченні та добре обізнана у сфері моди. Одній з робітниць каналу, котра мала вийти в етер в застарілому одязі, Вельвет зробила гостре зауваження, порівнявши його з таким, що носили відьми в далекому минулому.

Оксиморон означає «поєднання двох семантично суперечливих понять, які допомагають підкреслити суперечливі якості, створюючи ефект несумісності» [7, с. 34]. Його застосування простежуємо в цьому ж мультфільмі: *«Uh, what in the holy Hell is that?»*. Оксиморон тут представлений словосполученням «*holy Hell*», в якому поєднується несумісні поняття «святість» та «Пекло», адже навряд чи Пекло можна назвати святим місцем.

На думку В. Кухаренко, іронія – це стилістичний прийом, в якому контекстуальне оцінне значення слова прямо протилежне його словниковому значенню [7]. Його застосування було простежене у фразі: *« – Ah, The weather doth become this fine day. – Indeed. – Looks like we might have some acid rain this afternoon. If our luck doth gold!» [45].* Також іронічно була виголошена така репліка: *«Can I offer you something to eat? I'm sure I have a leg around or something. Oh, what am I thinking? Small thing, like you. You're probably watching your figure. How about some nice pinky fingers instead?» [45].* Іронічним є те, що

ця фраза належить героїні, котра мешкає в місті канібалів; на відмову Чарлі поласувати такою екзотичною стравою вона пропонує іншу, меншу за розміром, проте не менш незвичну, виправдовуючи відмову дієтою гості.

Також досить іронічною була реакція кішки Хлої на розповідь собаки Лялечки у мультфільмі «Секрети домашніх тварин»:

« – *Whoa. That is unbelievable. – I know, right? – No, I mean I literally don't believe a word of it*».

Парадокс – це такий засіб, який створює ефект протиріччя, наприклад: «*Welcome to Heaven. Oh-oh, where the virtuous reside 24/7. People are happy that they died*». Те, що люди радіють смерті може здатися парадоксальним для здорового глузду. Також цей засіб чітко проілюстровано в такому прикладі: «*Thanks for another forgettable experience*». Зазвичай дякують за «незабутній досвід», тому ефект сприймається досить суперечливим.

У розглянутих мультфільмах задля творення комічного ефекту, нерідко використовуються антропоніми. На думку В. Самохіної, «антропоніми сприяють вертикальній зв'язності тексту анекдоту, є його яскравими лексичними компонентами; вони створюють каркас для комічної дії в анекдоті і виступають як текстотвірний фактор. Ономастична лексика обслуговує всі сфери анекдоту: номінацію персонажів, географічного простору, окреслює культурний, побутовий, історичний фон ситуацій, створює асоціації та конотації, а отже, забезпечує конкретність, реалістичність і, звичайно, комічність анекдоту, відповідно, утворюючи його ономастичну “комічну” парадигму» [12, с. 305-306].

Ми простежили, що найчастіше це були okazionalnі власні назви, завдяки яким можна відразу уявити персонажа, його зовнішній вигляд, рід діяльності тощо: «*Assignments. Officers Grizzoli, Fangmeyer, Delgato, your teams take missing mammals from the Rainforest District. Officers McHorn, Rhinowitz, Wolfard, your teams take Sahara Square. Officers Higgins, Snarlov, Trunkaby – Tundratown*» [47].

## 2.2. Синтаксичні засоби створення гумористичного

Поширеним засобом створення гумору в анімаційних комедіях на стилістичному рівні є повтори. Це повторення того самого слова, словосполучення, словосполучення два і більше разів. За місцем, яке повторювана одиниця займає в реченні (висловлюванні), повтор поділяють на кілька типів: анафора, епіфора, анадиплозис, поліптотон, фреймінг, симплока та епаналепсис. «Анафорою або анафоричним повтором називається повторення слова або словосполучення на початку двох або більше послідовних речень. Епіфора або епіфоричний повтор – це тип повтору, коли одне й те саме слово або словосполучення ставиться в кінці послідовних речень» [27, с.4]. «Анадиплозис полягає в повторенні одного і того ж слова в кінці одного і на початку наступного речення [27, с. 5]. «У поліптотоні чи повторі кореня повторюються не однакові слова, а один і той самий корінь [27, с. 6]. Епаналепсис – повтор слів, які закінчують відрізок мови, повторюється на початку наступного відрізка мови. Ця стилістична фігура покликана виділити головну ідею репліки. Симплока – фігура, яка характеризується поєднанням анафори й епіфори за умови різної середини.

У цих прикладах представлено епіфору, де слова «*clothes*» та «*jacket*» повторюються в кінці фраз: «*Okay. I have my warm weather clothes and my cold weather clothes. I have a light jacket, flak jacket and rain jacket. Wait. Does it rain in Heaven?*» [45] Далі у прикладі можна виділити застосування поліптотону, в якому застосовані слова з одним коренем «*heavenly*» та «*heaven*»: «*Heavenly people, what more do you need to see? That's not a soul worthy of being in Heaven!*» [45]. У цьому мультфільмі трапляється також поєднання обох цих типів повторів (епіфора у повторенні слова «*dying*» в кінці речення та поліптотону у словах

«die» та «dying»: « – *Live tonight however you want because... – We're all going to die! Hahahaha! – All right, let's give it up for not dying! Love not dying! Drinks?*» [45]. Тут наявні аж два типи повторів: епіфора та поліптотон.

Антитеза є гарним прикладом створення гумору. Синтаксично антитеза – це один з випадків паралельних конструкцій. Але на відміну від паралелізму, який байдужий до семантики своїх компонентів, дві частини антитези повинні бути семантично протилежні одна одній [7, с. 57]. Приклад наявний в «Звірополісі»: «*Ok. Tell me if this story sounds familiar. Naive little hick with good grades and big ideas decides, 'Hey, look at me! I'm gonna move to Zootopia where predators and prey live in harmony and sing Kumbaya*» [47]. Тут антонімічними є слова «*little*» та «*big*», що порівнюють невеликий розмір героїні з її великими амбіціями.

У мультисеріалі «Готель Газбін» існує чимало жартів, побудованих на алюзіях. Підгрушна зазначає, що «традиційна роль алюзії – це мовна гра, адже завдяки їй у свідомості читача виникає несумісність між тим, що він прочитує, та тим, що виникає у його свідомості» [10, с. 111].

Багато головних героїв цієї комедії створені на основі біблійних та міфологічних образів, зокрема Люцифер, Адам, Ліліт, Єва та демон Аластор, який згадувався також у працях багатьма давньогрецькими трагіками, зокрема Есхілом, Софоклом та Еврипідом. Також згадуються тут збірні образи, зокрема апостоли та серафими:

- *Webster's Dictionary defines redemption as...*
- *Welcome to Heaven! Can I have your name, please?*
- *Oh, Uhh, uh, uh, Charlie Morningstar!*
- *Charlie Morningstar. Hmm. I'm not seeing you on my list here. That's so odd.*
- *Uh, um, my Dad got me this meeting, so maybe...*
- *Oh, Dad! Okay!*
- *Try Lucifer Morning... star.*
- *Oh, God! Yeah. Hooo, he he he. Yikes. Am I right? Are you sure you're in the*

*right place? Because I think you may be a little lost* [45].

У цих репліках обігрується жарт про те, що у списках гостей до Раю немає Люцифера, бо, як відомо, звідти його вигнали. Цікаво, що персонаж-учасник діалогу, котрий стоїть біля воріт Раю, є також алюзією на одного з дванадцяти апостолів Ісуса Христа – Святого Петра, що ми дізнаємося з наступних реплік:

– «*Saint Peter. We can take it from here*».

Аудіовізуальні алюзії легше розпізнати завдяки численним асоціативним елементам, що нагадують певну сцену фільму, дії чи емоції. Алогізм зберігається в перекладі через дослівний переклад, бо алюзія є доволі прозорою в обох культурах (див. Додаток А).

У цьому мультсеріалі також є алюзія на інший загальновідомий образ принца на білому коні, що часто фігурує в казках, але саме в цьому контексті вжито іронічно:

– *Tell me where's our hot headed friend now? Up in his tower, waiting for a flat-faced prince to calm him down* [45].

### 2.3. Фонетичні засоби створення гумористичного

Як вже було зазначено, на фонетичному рівні В. Кухаренко відносить до них ономапопею – «...вживання слів, звучання яких імітує звуки природи, людини, неживих предметів...» [7, с. 7].

У мультсеріалі «Секрети домашніх тварин 2» є комічний момент, побудований одночасно на фонетичному та лексичному засобах, а саме ономапопеї та грі слів: «*I am doing superhero stuff. Thwip, thwip. Anybody comes in here looking for trouble, they're gonna meet my partners. I'm talking about Paw and Order*» [46]. Ономапопеєю тут виступає звуконаслідування «*thwip, thwip*», що буквально трактується як «звук, ніби легкий гнучкий предмет вдаряється об щось» та імітує падіння іграшкових пластмасових гантелей, котрі з великими

зусиллями намагається підняти кролик Сніжок. Гра слів тут представлена у кінці речення словосполученням «*Paw and Order*», що є перекручуванням відомого юридичного терміну «*Law and Order*», котрий дослівно перекладається як «закон і порядок» або «правопорядок». А оскільки це говорить кролик, що хоче стати супергероєм та боротися за справедливість, то це дуже влучний вислів. Однак у перекладі ця фраза була передана за допомогою авторського неологізму (див. Додаток А).

Ономатопея також широко застосовувалася в «Готелі Газбін»: «*Uh, so wait, you aren't here? No you think I'd come down there? No I mean I love the vibe, totally, I love your tunes. Pretty hardcore, don't get me wrong. But it's such a bummer, man. Everything down there's just so "eugh" ya know? Ew*» [45]. Цей засіб тут представлено словами «*eugh*» та «*ew*», які очевидно виражають одразу чи огиду героя. Ще один приклад: «*Ya know, but I'm thinking this railing needs work, one good push and you'd just go right over the edge. Whoopee, bye-bye*» [45]. Тут «*whoopee*» виражає радість героя, і це звучить комічно, адже така реакція в Люцифера на те, що він може випасти через край зламаного огорожі готелю.

Окрім того, до фонетичних засобів можна віднести й кумедні акценти персонажів, проте вони помітні лише у вимові, а не на письмі. Це стосується сільського лиса на ім'я Гідеон Грей з мультфільму «Зоотрополіс», котрий в оригінальній озвучці розмовляв з дуже помітним акцентом: «– *Hey, kids, don't run through those midnycampum holicithias. – Well, now, there's a 4\$ word, Mr H* [47]. Це також притаманно старому собаці з мультфільму «Секрети домашніх тварин 2» на кличку Батя: «– *Oh, Pickles. Did you poop in a shoe? – I pooped in a boot. Your owner won't find it for weeks. – Are you crying? – What? No. You're crying! But I'm just proud of Pickles*» [46].

Цікаві вимовляння звуків бути також наявні в «Зоотрополісі» в репліках Гідеона Грея: «– *And like you said in your dumb little stage play us predators used to eat prey and that killer instinct is still in our "Dunnah". – Uh, I'm pretty much sure it's pronounced "DNA". – Don't tell me what I know, Travis*» [47], а також в «Готелі Газбін» в репліках Люцифера «*Oh, hewwo, Keekee! Razzle, Dazzle. Oh,*

*look how much you didn't grown! Still fun sized»* [45]. Слово «hello» навмисно вимовлено у такий неформальний спосіб, що досить кумедно, адже це звучить з вуст володаря Пекла.

## **Висновки до розділу 2**

Отже, засоби створення комічного у розглянутих мультфільмах виникали в основному на лексичному, синтаксичному та фонетичному рівнях. У другому розділі було розглянуто, які саме стилістичні засоби входять до кожної групи та проаналізовано їх вживання на конкретних прикладах.

Ми визначили, що найпоширенішим засобом творення гумору серед лексичних є гра слів та оказіональні власні назви. Різновидами мовної гри є каламбур, котрий утворюється на основі полісемії (багатозначності слів), паронімів (схожість різних слів за звучанням) та омонімів (схожість різних слів за звучанням та/або написанням, але відмінність у значеннях), а також семантично хибні ланцюжки, тобто хибне поєднання слів за змістом. Серед лексичних засобів також була використані антономазія, яка полягає у заміні власного імені описовим висловом або загальним іменем; іронія, що є прихованою насмішкою, коли справжнє значення висловлювання протилежне буквальному; парадокс, що являє собою вислів, який суперечить загальноприйнятим уявленням. Додатково використовувалися тропи, тобто образні засоби мови, такі як порівняння (зіставлення двох явищ за допомогою сполучників «як», «ніби», «начебто»), антитеза (протиставлення протилежних явищ або понять), гіпербола (навмисне перебільшення), оксиморон (поєднання несумісних понять) та повтори, зокрема епіфора (повторення одного й того ж слова або фрази в кінці речень) та поліптотон (повторення одного й того ж слова в різних граматичних формах).

Синтаксичний рівень включає використання структури речень для створення комічного ефекту. Серед синтаксичних засобів створення гумору

можна виділити антитезу, алюзії та синтаксичні повтори, серед яких найпоширенішими були епіфора та поліптотон.

Гумор на фонетичному рівні створювався завдяки таким засобам, як оноματοпея (звуконаслідування), кумедні акценти (незвичні наголоси в словах) та нестандартні вимовляння звуків героями (навмисне перекручування звуків). Були помічені такі репліки, гумор у яких був побудований одночасно на кількох рівнях засобів (фонетичному та лексичному), а саме ономатопеї та грі слів.

### РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ ВІДТВОРЕННЯ ЗАСОБІВ ГУМОРУ В ПЕРЕКЛАДАХ МУЛЬТФІЛЬМІВ «ГОТЕЛЬ ГАЗБІН, «СЕКРЕТИ ДОМАШНІХ ТВАРИН 2», «ЗВІРОПОЛІС»

#### 3.1. Стратегії перекладу гумору в мультфільмі «Готель Газбін»

Стратегія адаптації, а саме одомашнення присутня у «Готелі Газбін» у таких прикладах:

Оригінал:

- *Webster's Dictionary defines redemption as...*
- *Objection! Lame and unoriginal.*

Переклад:

- *Тлумачний словник Бусела визначає спокуту як...*
- *Протестую! Відстійно і неоригінально.*

Дочка Люцифера Чарлі на суді намагається довести, чому грішники заслуговують на спокуту та мають потрапити до Раю, послуговуючись для цього визначеннями з тлумачного словника. Перекладачі вирішили адаптувати під українську культуру задля збільшення комічного ефекту. Також цю стратегію можна зустріти і в такій репліці покоївки готелю Ніфті:

Оригінал:

- *I've named all the stains on the carpet. That one is Fred.*

Переклад:

- *А я дала імена всім плямам на килимі. Це Васька.*

Особливостями характеру цього персонажу є те, що її прототипом слугує тарган, але водночас вона дуже сильно опікується чистотою. В українській аудиторії викликати сміх може не лише абсурдність ситуації, а й згадка про типові імена для домашніх улюбленців в наших реаліях, яке надається плямам бруду. Ще один приклад одомашнення:

Оригінал:

– *And at the hearing you are gonna help me shut this kindergarten down for good.*

Переклад:

– *І на слуханні ти допомагаєш назавжди закрити той дитсадок веселка для грішників.*

Дурдом чи дитсадок веселка – це вираз, яким в українців прийняти називати якусь абсурдну ситуацію або чийсь нерозумні вчинки, що точно є лише українською реалією. Цей вираз підсилює емоційність ситуації, бо з точки зору жителів Раю у Пеклі відбувся повний безлад. В усіх випадках ця стратегія виявилася дуже ефективною, яка зберегла гумористичний ефект, не змінюючи при цьому зміст оригіналу.

Стратегія очуження була характерною для перекладу імен персонажів, наприклад собаки-баристи *Хаска (Husk)*, старанної покоївки Ніфті (в ориг. *Nifty*), імпульсивних демонів-драконів Резл та Дезл (в ориг. *Razzle and Dazzle*) та павучихи Чері Бомб (в ориг. *Cherri Bomb*), манірної та егоцентричної співачки Мімзі (в ориг. *Mimzy*), консервативних телеведучих Кеті Кілджой (в ориг. *Katie Killjoy*) та Тома Тренча (в ориг. *Tom Trench*). Для досягнення такої стратегії було застосовано трансформацію транскрипції. Звичайно при перекладі для українських глядачів гра слів в іменах губиться, проте добирати адекватні відповідники складно і навряд чи взагалі доречно. «Кілджой» можна було б змінити на вдалий відповідник «*Душніла*», проте це б порушувало логічність картини перекладу. Що цікаво, при перекладі антономазії зі схожим словом «*Buzzkill*» було застосовне одомашнення:

Оригінал:

– *I just thought you were better than that.*

– *Thanks, Captain Buzzkill [45].*

Переклад:

– *Просто я думав ти кращий за це.*

– *Дякую, Капітане Обломе! [42].*

Очуження, досягнутого за допомогою транскрипції, також застосували для перекладу національної страви у комічній репліці Аластора.

Оригінал:

– *Well, I am starved. Who wants some jambalaya? My mother once showed me a wonderful recipe for jambalaya. In fact, it nearly killed her. You can say that kick was right about hell.*

Переклад:

– *Що ж, я зголоднів. Хто хоче джамбалаї? Моя мати навчила мене готувати неймовірну джамбалаю, щоправда сама від неї ледь не померла. Яка пекельна іронія.*

Джамбалая – це креольська страва, котра походить з американського штату Південної Луїзіани. На перший погляд назва цієї страви невідома багатьом українським глядачам, отож могла бути замінена на щось більш звичне. Проте локалізатори вирішили не вигадувати чогось іншого, бо тут закладений культурний підтекст (як і сам Аластор, так і його мати мають американське коріння).

Також стратегія очуження із застосуванням транскрипції простежувалася в адаптації форм звертань:

Оригінал:

– *And now with this new oncoming threat, we are shifting our focus to your protection. We are pleased to announce VoxTek Angelic Security is coming soon. Trust us with your safety.*

– *Sir? Uh, when did we begin working on Angelic Security?*

– *30 seconds ago [45].*

Переклад:

– *Ми спрямували всі зусилля на ваш захист. Ми радо оголошуємо про запуск янгольської безпеки від ВоксТек, незабаром у продажю. Довірте нам свою безпеку.*

– *Сер, а коли ми почали розробляти янгольського безпеку?*

– *30 секунд тому.*

Тут форму звертання «*sir*» переклали буквально, хоча більш одомашненим варіантом перекладом був би «*пане*» чи «*господарю*».

Під час перекладу алюзій в мультиплікаційних фільмів перекладні відповідники можуть утворюватися зокрема за допомогою генералізації:

Оригінал:

- *Tell me where's our hot headed friend now?*
- *Up in his tower, waiting for a flat-faced prince to calm him down.*
- *And uh, what's got him so out of sorts today?* [45].

Переклад:

- *Скажи мені, де зараз наш запальний друг?*
- *Сидить у своїй вежі та чекає, поки його прийде заспокоювати пласкоголовий принц.*
- *А що сьогодні йому допекло?* [42].

В цьому моменті мультфільму перекладачі вирішили підібрати український відповідник до прикметника, розширивши семантику його значення. Прямим відповідником слова «*face*» є слово «*обличчя*» або «*лице*», тож можна було залишити без лексичних змін його похідний прикметник *flat-faced* – «*пласколиций*». Але локалізатори дещо розширили семантику слова, переклавши його як «*пласкоголовий*». А описується в цій репліці персонаж на ім'я Вокс - демон з телевізором із плоским екраном замість голови. Тож така адаптація виявилася доволі вдалою, бо підібраний відповідник не лише не спотворює контекст, а й передає характеристику персонажа навіть логічніше, ніж в оригіналі. В українському варіанті утворилася також гра слів за рахунок слова «*допекло*», що є дуже влучним, адже персонаж, про якого йде мова, проживає в Пеклі.

Модуляція присутня у такій іронічній фразі:

Оригінал:

- *Can I offer you something to eat? I'm sure I have a leg around or something. Oh, what am I thinking? Small thing, like you. You're probably watching your figure. How about some nice pinky fingers instead?* [45].

Переклад:

– *Ти їсти хочеш? У мене десь ніжка завалюлась. Ой, чого це я? Ти явно на оцих сучасних дієтах сидиш. Нумо тоді мізинчиком перекусиш?* [42].

Словосполучення «*to watch sb's figure*» має буквальний еквівалент «*стежити за фігурою*». Однак у перекладі її замінено на вираз «*сидіти на дієті*», що логічно впливає з контексту. Стежити за фігурою можна також тренуючись у спортзалі тощо, проте в цьому моменті мова йде саме про обмеження споживання їжі.

Компенсація присутня в цьому прикладі:

Оригінал:

– *Oh, hewwo, Keekee! Razzle, Dazzle. Oh, look how much you didn't grown! Still fun sized* [45].

Переклад:

– *О привітулі, Кікі. Резл, Дезл. Гляньте, як ви не вирости. Досі ідеального розміру* [42].

Щодо граматичних трансформацій, то тут наявна зокрема перестановка слова. Перестановка – це зміна розташування мовних елементів відповідно до структури речень цільової мови.

Оригінал:

– *What? They say insane things all the time. How was I supposed to know this one was true?*

– *Bank accounts are a scam created by the shadow government.*

– *See?!* [45].

Переклад:

– *Що? Вони постійно верзуть різні дурниці. Звідки вам знати, що це правда?*

– *Банківські рахунки – це афера, створена тіншовим урядом.*

– *Бачиш?* [42].

Також тут спостерігається підсилення гумору завдяки вживанню слова стилістично забарвленого слова «верзуть» як еквівалент до нейтрального дієслова «tell».

Приклад застосування модуляції простежуємо тут:

– *Who's that, boss? Want me to rough him up for you? Follow in silence, if you value your shell* [45].

– *Хто це, босе? Хочете, я надаю йому копняків? Ідіть собі мовчки, якщо хочете, щоб шкаралупка була ціла* [42].

Гра слів була в деяких випадках була нейтралізована, і була застосована модуляція:

Оригінал:

– *Hmm. Nope! I guess that's why Charlie called it the «Hazbin» Hotel! Nahaha»* [45].

Переклад:

– *Чарлі, у тебе тут що, готель без змін?* [42].

Щодо перекладу фонетичних засобів, гумор на основі ономаіопеї зберігся шляхом дослівного перекладу в прикладі:

Оригінал:

– *Uh, so wait, you aren't here? No you think I'd come down there? No I mean I love the vibe, totally, I love your tunes. Pretty hardcore, don't get me wrong. But it's such a bummer, man. Everything down there's just so "eugh" ya know? Ew* [45].

Переклад:

– *То чекай, вас тут немає? Ні, думала я туди спуцусь? Мені до вподоби цей вайб і твоя пісенька, бісів хардкор. Зрозумій мене правильно, але це просто відстій. Тут усе таке бе, фу* [42].

### 3.2. Стратегії перекладу гумору в мультфільмі «Зоотрополіс»

Культурна адаптація, тобто одомашнення використовувалося для передачі культурних реалій в іронічній репліці Ніка:

Оригінал:

– *Ok. Tell me if this story sounds familiar. Naive little hick with good grades and big ideas decides, 'Hey, look at me! I'm gonna move to Zootopia where predators and prey live in harmony and sing Kumbaya»* [47].

Переклад:

– *Ну гаразд. Скажи, якщо впізнаєш цю історію. Наївна селючка з гарними оцінками та ідеями думає: «От я поїду я в Зоотрополіс, де хижаки та здобич мирно хором співають колядки»* [43].

Ця стратегія також застосовувалася для перекладу власних назв, особливо прізвищ героїв:

Оригінал:

– *Officers Grizzoli, Fangmeyer, Delgato, your teams take missing mammals from the Rainforest District. Officers McHorn, Rhinowitz, Wolfard, your teams take Sahara Square. Officers Higgins, Snarlov, Trunkaby – Tundratown* [47].

Переклад:

– *Призначення. Офіцери Ікленко, Гризлов, Зубоклац шукають ссавців тропічного масиву. Офіцери Рогоніс, Довгоріг, Вовчук, ви працюєте у малій сахарі. Офіцери Гінопо, Гаркун, Хоботюк – Тундратаун*

Оригінал:

– *Scotching sandstorm. You are dead, Bunny Pumkin. 1000-foot fall. Whoa! You are dead, Carrot Face! Frigid ice wall. Whoop. You're dead, Farm Girl!* [47]

Переклад:

– *Висота 300 метрів. Гаплик, Морквоморда. Снека плюс піщаний шторм. Гаплик, Капустянка! Крижана стіна! Гаплик, село неасфальтоване* [43].

У цих прикладах було проігнороване транслітерування, бо образний переклад надає глядачам додаткову характеристику героям, завдяки чому

можна нас слух визначити вид тварини. Наприклад хижакми були Ікленко, Гризлов, Зубоклац, Гаркун та Вовчук, а травоядними – Рогоніс, Довгоріг, Гіпопо та Хоботюк.

Оригінал:

– *Me, Benjamin Clawhauser, the guy everyone thinks is just a flabby donut-loving cop, stereotyping you* [47].

Переклад:

– *Я Бенжамін Шкрябогриз, якого всі вважають товстим копом-ласуном, мислю так само* [43].

У мультфільмі поліцейський належить до ссавців, а саме до гепардів, тому його прізвище також також переклали, застосувавши одомашнення.

Оригінал:

– *You can't touch me, Carrots.*

– *You're gonna want to refrain from calling me Carrots.*

– *My bad, I just naturally assumed you came from some little carrot-choked Podunk, no?*

– *Un, no. Podunk is in Deerbroke County, I grew up in Bunnyburrow.* [47].

Переклад:

– *Не чіпляйся, Морквинка.*

– *Я не раджу називати мене Морквинкою.*

– *Звиняй, я лише природно припустив, що ти з якоїсь Морквоїдівки.*

– *Ні, Морквоїдвіка – це заяча область, я з Довгих Нір* [43].

Тут «*county*» перекладено як «*область*», хоча його перший словниковий відповідник звучить як «*графство*» чи «*округ*». Однак ця адміністративна одиниця не характерна для України, а лише для англomовних країн. Так само як і Морквоїдівка звучить як типова назва українського населеного пункту.

Стратегія одомашнення застосовувалася не лише для власних назв, а і фразеологізмів, як-от в уривках з мультфільму:

Оригінал:

– *Gid is talking about those flowers, Judy. I use them to keep the bugs off the produce...*

– *Terry ate one whole when we were kids...and went completely nuts.*

– *He bit the dickens out of your mother [47].*

Переклад:

– *Гід говорить про ці квіти, Джуді, вони в мене відлякують жуків.*

– *Террі з'їв одну в дитинстві і потім як сказився.*

– *Почав гамселити твою матір.*

Фразеологізми «*to go nuts*» та «*beat the dickens out of sb*» адаптовані для української аудиторії розмовними дієсловами «сказитися» та «гамселити». Що цікаво, в цьому значення «сказитися» має два відповідники: «захворіти на сказ» та «втратити самовладання від гніву». За контекстом тут домінує друге значення, проте з огляду на те, що мова йде про кролика на ім'я Террі, тобто тварину, то буквальне значення також можливе. Тому в цьому випадку переклад вийшов навіть кращий за оригінал, бо була утворена гра слів, якої не було в оригіналі.

Хоча доместикація була характерною для перекладу імен багатьох персонажів, як одного з протагоністів Ніка Крутихвоста (в ориг. *Nick Wilde*), так й інших другорядних персонажів, до прізвища головної героїні Джуді Гопс (в ориг. *Judy Horps*) було застосоване очуження шляхом транскрипції, що перекреслює логічну картину перекладацьких рішень. Дієслово «*to hop*» англійською означає «стрибати», що точно передає характеристику персонажки, адже вона є кролицею. Локалізаторам певно не вдалося знайти цікавий український еквівалент, отож вони залишили оригінальну версію. Це прізвище можна було б адаптувати як «Стрибунець» чи «Побігайчик», адже багатьом дітям відома фраза «зайчик-стрибунець» та «зайчик-побігайчик». До того ж українські прізвища, що закінчуються на *-ець* та *-ик*, досить поширені та звичні для вух цільової аудиторії. Певно локалізатори керуватися тим, що персонажка має жіночу стать, а отже таке поєднання імені та прізвища звучатимуть дещо неприродно, що частково правда. Або ж вони вважали, що

таке прізвище звучатиме несерйозно чи стереотипно, адже за сюжетом Джуді ловила злочинців, хоча все життя їй стверджували, що кроликамі місце на морквяній фермі, а не в поліції.

Стратегії компенсації гумору можна простежити у репліці Гідеона Грея з сільським акцентом:

Оригінал:

- *Hey, kids, don't run through those midnicampum holicithias.*
- *Well, now, there's a 4\$ word, Mr H [47].*

Переклад:

- *Дітки, не потопчіть мій дікампус голіцитяс.*
- *Шо то за кучеряве слово, сусіде? [43].*

Комічний акцент персонажа у вимові українською тут передати було важко, але завдяки використанню розмовно-просторічного слова «шо», котре надає експресивності персонажу, а також прикметнику «кучерявий», що вжитий в переносному значенні, локалізаторам вдалося не втратити гумористрий ефект.

Оригінал:

– *Are your customers aware they're getting snots and mucus with their cookies and cream? I believe scooping ice cream with an ungloved truck is a Class 3 health code violation. Of course, I could let you off with a warning if you were to glove those trunks [47].*

Переклад:

– *Чи ваші клієнти знають, що ви додаєте шмарклі до вафель і морозива? Набирати морозиво непокритим хоботом - це третій рівень порушення санітарних норм. Я б обійшлась попередженням, якби ви наділи захисні хобітнички».*

В перекладі гумор посилюється завдяки вживанню авторського неологізму «захисні хобітнички». Тут навіть створюється гра слів, адже «хобітнички» за звучанням дуже схожі на «рукавички». Якщо люди набирають морозиво

руками, то в мультфільмі слони, що продають морозиво, набирають його у стаканчики хоботом, тож такий переклад перевершив оригінал.

Також до деяких фрагментів була застосована контекстуальна заміна:

Оригінал:

– *But, sir, you do have a meeting...with Herds and Grazing. Oh, mutton chops* [47].

Переклад:

– *О ні, сер, у вас також зустріч з радою пасовища... Упертий, як баран* [43].

Словосполучення «*mutton chops*» буквально означає «баранячі відбивні», але перекладачі вирішили натомість використати досить вдалий фразеологізм, який контекстуально передає невдоволення мером Вівцянюкою, яка сама належить до овець, своїм мером.

Гра слів в певних випадках була нейтралізована:

Оригінал:

– *And how did you repay my generosity? With the rug made from the butt of a skunk? A skunk-butt rug. You disrespected me, my Gram-mama... who I buried in that skunk butt rug* [47].

Переклад:

– *І як ти відплатив за мою щедрість? Килимком зі скунсового задку. Смердючим, як скунс. Ти зневажив мою мене, мою бабусю, яку я поховав у цьому килимку* [43].

Оригінал:

– *I've got three items on the docket. First, we need to acknowledge the elephant in the room. Francine (name of the elephant), happy birthday* [47].

Переклад:

– *У моєму списку три пункти. Перше, пора помітити у цій кімнаті слона. Френсін, з днем народження* [43].

Зате гра слів на основі полісемії була збережена у прикладі:

Оригінал:

– *I am just a dumb bunny, but we are good at multiplying* [43].

Переклад:

– *Звісно я лише тупа кроличка, проте у множенні ми кролики лідери* [43].

Цікаво, що в перекладі цього мультфільму виникали гумористичні моменти, які були відсутні в оригіналі:

Оригінал:

– *Oh, hi! I'm Judy, your new neighbor!*

– *Well, we're loud. Don't expect us to apologize for it* [47].

Переклад:

– *О, вітаю. Я Джуді, ваша сусідка.*

– *А нам це до одного рога. Звикай жити з козлами* [43].

### 3.3. Стратегії перекладу гумору в мультиплікаційному фільмі «Секрети домашніх тварин 2»

Як і в двох розглянутих мультфільмах стратегія одомашнення присутня і «Секретах домашніх тварин 2». Її проілюстровано в такому фрагменті:

Оригінал:

– *Oh, Pickles. Did you poop in a shoe*

– *I pooped in a boot. Your owner won't find it for weeks.*

– *Are you crying?*

– *What? No. You're crying! But I'm just proud of Pickles* [46].

Переклад:

– *О, Піколь. Ти покакуняв у мешту?*

– *Я покакуняв у чобіт, і сховав так, що ніхто не знайде.*

– *Ви що, плачете?*

– *Ась, шо? Ти плачеш. Просто я так си пишаю Піколем* [44].

Старому собаці Баті, котрий нянчить цуциків та тигреня, надали такого діалектного мовлення для підсилення гумористичного ефекту.

Далі проілюстрований приклад застосування стратегії одомашнення, що поєднується зі стратегією підсилення гумору:

– *Oh, hello, Snowball. Oh, you know, just returning your giant tiger, Oh, fun fact: he trashed my apartment! This thing ate a flat-screen like it was a pita chip* [46].

– *Як дужий, Сніжок? Я прийшов повернути твоє тигрисько. Хочеш си посміяти? Він усе хатище мені розтолович. Зжер тую плазму як батьків мармуляді* [44].

Одомашненим тут є елемент «*pita chip*», котрий замінений на діалектне слово «мармуляда», що означає варення, а також нейтральне дієслово «*to trash*», що замінене діалектним відповідником «розтоловичи». Підсилення гумору відбувається за рахунок вживання слова «хатище» з підсилювальним суфіксом *-ищ*.

Одомашнення було застосоване до імен деяких персонажів: пса з діалектним ім'ям *Когут* (в ориг. *Rooster*), кролика *Сніжка* (в ориг. *Snowball*) та морської свинки за кличкою *Шнобель* (*Norman*), песика *Піколя* (в ориг. *Pickles*), собак *Боді* (в ориг. *Buddy*), *Лялечки* (в ориг. *Daisy*), *Бамі* (в ориг. *Pops*) та *Момі* (в ориг. *Mel*). Проте у частини героїв імена не були одомашнені, як наприклад у собак *Дюка* (в ориг. *Duke*), *Бріджет* (в ориг. *Gidget*) та кішки *Хлої* (в ориг. *Chloe*).

Також в цьому мультфільмі стратегія підсилення гумору застосована в таких прикладах:

Оригінал:

– *Let me tell you something. Criminals are gonna take one good look at my glutes and they just gonna give up. Okay, this is obviously glued to the floor* [46].

Переклад:

– *Слухай мене уважно. Світове зло тільки гляне на мої дупцекубики і складе зброю. Зрада, цю шнягу хтось приклеїв до підлоги* [44].

В цьому прикладі підсилення гумору виникає завдяки неологізму «дупцекубики» та розмовне слово «шняга» замість нейтрального вказівного займенника «*this*».

Оригінал:

– *Let's free that tiger. Or die trying. Well, I mean... I mean we might, probably you. You're using a bright suit. Everyone's gonna notice you. I'll be fine* [46].

Переклад:

– *Звільнимо тигряку. Чи вмремо за нього. Ти стопудово. Прикид вирвиоко: тебе миттю поपालять. А мене ні* [44].

Тут також гумор підсилюється завдяки використанню сленгових слів «стопудово» та «поपालять».

Оригінал:

- *I'll trade you two socks for a pair of workout shorts.*
- *Are they clean or dirty?*
- *They ain't clean. Nope. They are nasty* [46].

Переклад:

- *Махну двоє шкарпеток на спортивні шорти.*
- *Вони чисті чи брудні?*
- *Ні, не чисті. Тхнуть, аж очі сочаться* [44].

У цьому прикладі інтенсифікація гумору досягається за допомогою застосування трансформації додавання фрази «аж очі сочаться». Також у цьому мультфільмі спостерігається застосування компенсації для грі слів із використанням авторського неологізму:

Оригінал:

– *I am doing superhero stuff. Thwip, thwip. Anybody comes in here looking for trouble, they're gonna meet my partners. I'm talking about Paw and Order* [46].

Переклад:

– *Я борюся зі світовим злом, Крихітко. за супергеройські штучки. Піу. Я тобі так скажу, якщо зло шукає проблем на свою дупу, я покличу своїх напарників. Ось вони Правчук і Лівчук* [44].

Гра слів на основі полісемії була збережена шляхом застосування дослівного перекладу у прикладі:

Оригінал:

- *Whoa. That is unbelievable.*
- *I know, right?*
- *No, I mean I literally don't believe a word of it. No offense. Or do take offense. I'm good either way [46].*

Переклад:

- *Я просто повірити не можу.*
- *Скажи, га?*
- *Ні, я буквально ані слова не вірю. Не ображайся. Чи ображайся. Мені фіолетово [44].*

### **Висновки до розділу 3**

Ми зробили висновок, що до перекладу засобів гумору в трьох розглянутих мультфільмах було застосовано різноманітні стратегії. Зокрема, адаптація, тобто очуження та доместикація часто застосовувалися для перекладу гумору на основі лексичних засобів творення, а саме okazіональних власних назв, а саме імен та прізвищ персонажів. Найчастіше прийом доместикації простежувався в перекладі такого гумору в мультфільмі «Зоотрополіс», рідше в мультфільмі «Секрети домашніх тварин 2» (що дещо руйнує логічну картину) та взагалі не застосовувався для перекладу okazіональних власних назв у «Готелі Газбін», адже всі імена були очужені за допомогою транскрипції. Гру слів було передати важко, бо перекладачам доводилося обирати між тим, аби зберегти зміст висловлювання чи гумористичний прийом. Гра слів на основі полісемії зазвичай зберігалися в перекладі на українську шляхом компенсації чи дослівного перекладу, але все ж на основі інших співзвучностей здебільшого не була збережена через розбіжності в мовних системах.

Гумор, заснований на синтаксичних засобах, зокрема алюзіях, був здебільшого перекладний дослівно. Гумор на основі фонетичних засобів перекладався зазвичай дослівно або за допомогою компенсації, а комічний ефект при цьому залишався аналогічним. Одомашнення та компенсація були характерними для позначення акцентів персонажів завдяки вживанню стилістично забарвлених та діалектних слів. Це стосується сільського лиса на ім'я Гідеон Грей з мультфільму «Зоотрополіс», котрий в українському перекладі завжди казав наближене до цільової культури слово «шо» та собаки на кличку Батя, якому було притаманне діалектне мовлення в мультфільмі «Секрети домашніх тварин 2».

У мультфільмі «Секрети домашніх тварин 2» та подекуди в «Готелі Газбіні» та «Зоотрополісі» була застосована стратегія посилення гумору, котрої досягали шляхом вживання авторських неологізмів, а також трансформації додавання. Були простежені випадки у мультфільмі «Зоотрополіс», коли гумор був створений лише у перекладі, тоді як в оригіналі його не було. Загалом, перекладачам трьох розглянутих мультфільмів здебільшого вдалося досягти аналогічного сміхотворно ефекту, створених на усіх трьох рівнях засобів для української аудиторії, окрім деяких випадків застосування гри слів, яка інколи практично адекватно не перекладається.

## ВИСНОВКИ

У ході цієї роботи було проведено дослідження гумору та методів його перекладу, зосереджуючись зокрема на кіноперекладі як на прикладі мультимодального процесу. Аналіз теоретичного матеріалу та практичних досліджень дозволив виявити, що гумор є феноменом, який має глибокі корені в культурі та мові та є об'єктом інтересу дослідників на протязі багатьох століть.

У контексті дослідження гумору були розглянуті різні теорії його виникнення, такі як теорії несумісності, ворожості та вивільнення, представлені відомими філософами та психологами. Також було досліджено внесок лінгвістики та перекладознавства у розуміння та передачу гумору, зокрема шляхом аналізу стратегій перекладу гумору в кіноперекладі.

Зокрема, у розділі про кінопереклад були розглянуті різні методи перекладу, такі як субтитрування, дублювання та озвучення, а також їх вплив на збереження гумористичного ефекту. Виявлено, що кінопереклад є складним процесом, що вимагає врахування як вербальних, так і невербальних елементів кіно.

Отже, аналізуючи засоби створення комічного у розглянутих мультфільмах, можна зробити висновок, що гумор часто ґрунтується на лексичному, синтаксичному та фонетичному рівнях. Серед лексичних засобів гумору найпоширенішими є гра слів та okazіональні власні назви, використання тропів та різноманітні стилістичні прийоми. На синтаксичному рівні гумор виникає за допомогою антитези, алюзій та синтаксичних повторів. Фонетичний рівень використовує ониматопеї, акценти та нестандартні вимовляння слів персонажами задля створення комічного ефекту. Переклад засобів гумору відбувається за допомогою різних стратегій та трансформацій, таких як адаптація, тобто очуження та доместикація, компенсація, модуляція, дослівний переклад, що вплинули на збереження, опущення чи підсилення комічного ефекту. Незважаючи на деякі виклики, пов'язані з труднощами адекватного

перекладу гри слів та інших лексичних прийомів, перекладачі в цілому вдало переклали гумор української аудиторії, досягнувши необхідної сміхового ефекту.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрейко Л. В. Стратегії очуження та одомашнення при перекладі інтертекстуальних одиниць у художньому творі. *Філологічні трактати*. 2015. Т. 7, № 3. С. 7–13.
2. Бокова П. М. Каламбур або гра слів. Проблеми та особливості перекладу. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. 2015. Вип. 27. С. 45–50.
3. Демецька В. В. Теорія адаптації: крос-культурні та перекладознавчі проблеми : монографія. Херсон : ТИТАН, 2007. 346 с.
4. Журавель Т. Кінопереклад як вид аудіовізуального перекладу і його становлення в Україні та світі. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка*. Серія «Філологічні науки». Мовознавство. 2018. № 10. С. 35-38.
5. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Ч. 2. Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі. Вінниця : Нова Кн., 2001. 303 с.
6. Карабан В. І. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову. Вінниця : Нова кн., 2003. 608 с.
7. Кухаренко В. А. Практикум зі стилістики англійської мови. Вінниця : Нова Кн., 2000. 160 с.
8. Мельник А. П. Кінопереклад як особливий тип аудіовізуального перекладу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Філологічна. 2015. Вип. 58. С. 110–112.
9. Підгрушна О. Г. Переклад гумору: відтворення культурно-специфічної лексики. *Мова і культура*. 2013. Т. 4, № 16. С. 572–577. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mik\\_2013\\_16\\_4\\_100](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mik_2013_16_4_100).
10. Підгрушна О. Г. Способи відтворення гумору в українському художньому перекладі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.16. Київ, 2015. 331 с. URL: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Pidhrushna\\_Olena/Vidtvorennia\\_anhliiskoho\\_humoru\\_v](https://shron1.chtyvo.org.ua/Pidhrushna_Olena/Vidtvorennia_anhliiskoho_humoru_v)

\_ukrainskomu\_khudozhnomu\_perekladi.pdf?PHPSESSID=8ek11v1h082qhmb6ssjn6odab2.

11. Полякова О. В. Дублювання як вид кіноперекладу. Наукові записки. Серія: філологічні науки. 2013. № 116. С. 338–341. URL: <http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/31870>.
12. Самохіна В. О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії і США: текстуальний та дискурсивний аспекти : дис. ... д-ра філол. наук. Харків, 2010. 510 с. URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/13350>.
13. Сіроштан Т. О. Специфіка перекладу англомовних кінематографічних текстів : master's thesis. 2020. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81523> (дата звернення: 31.05.2024).
14. Смик Л., Підгрушна О. Відтворення гумору в кіноадаптаціях студії Дісней українською мовою. *Grail of science*. 2023. № 26. С. 363–365. URL: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.14.04.2023.064>.
15. Шонь О. Б. Мовностилістичні засоби реалізації гумору, іронії і сатири в американському короткому оповіданні. : автореф. Львів, 2002. 20 с.
16. Attardo S. *Linguistic theories of humor*. Berlin : de Gruyter Mouton, 1994. 426 p.
17. Bilous N., Diachuk L., Dovzhenko I. Lexical transformations used while translating english media texts into ukrainian. *International humanitarian university herald. philology*. 2023. Vol. 1, no. 59. P. 172–175. URL: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2023.59.1.39> (date of access: 30.05.2024).
18. Chiaro D. *Issues in audiovisual translation. The routledge companion to translation studies.* / ed. by J. Munday. New York, 2008. P. 155–179.
19. Chiaro D. *Issues of quality in screen translation: problems and solutions.* Benjamins translation library. Amsterdam, 2008. P. 241–256. URL: <https://doi.org/10.1075/btl.78.24chi> (date of access: 01.06.2024).
20. Chiaro D. *Nine issues in audiovisual translation.* P. 141–165. URL: [https://www.academia.edu/32927855/9\\_ISSUES\\_IN\\_AUDIOVISUAL\\_TRANSLATION\\_DELIA\\_CHIARO](https://www.academia.edu/32927855/9_ISSUES_IN_AUDIOVISUAL_TRANSLATION_DELIA_CHIARO).

21. Chiaro D. The language of jokes. Routledge, 2006. URL: <https://doi.org/10.4324/9780203135143>(date of access: 02.06.2024).
22. Chiaro D. Translation, humour and the media. London : Continuum, 2010. 259 p.
23. Chiaro D. Verbally expressed humor and translation. *The primer of humor research*. Berlin, New York, 2008. P. 569–608. URL: <https://doi.org/10.1515/9783110198492.569>(date of access: 02.06.2024).
24. *Explorations in humor studies: humor research project* / ed. by A. Stwora, M. Swierkot, M. Kuczok. 2020. P. 201.
25. Florin S. Realia in translation. Translation as social action. 2018. P. 122–128. URL: <https://doi.org/10.4324/9780429429637-14> (date of access: 31.05.2024).
26. Gottlieb H. Subtitling. Routledge encyclopedia of translation studies / ed. by M. Baker. London and New York, 1998. P. 244–248.
27. Kemertelidze N., Manjavidze T. Stylistic repetition, its peculiarities and types in modern English. European scientific journal. 2013. Special. P. 1–8. URL: [https://www.researchgate.net/publication/309558946\\_STYLISTIC\\_REPETITION\\_ITS\\_PECULIARITIES\\_AND\\_TYPES\\_IN\\_MODERN\\_ENGLISH](https://www.researchgate.net/publication/309558946_STYLISTIC_REPETITION_ITS_PECULIARITIES_AND_TYPES_IN_MODERN_ENGLISH).
28. Krings H. P. Was in den Köpfen von Übersetzern vorgeht: Eine empirische Untersuchung zur Struktur des Übersetzungsprozesses an fortgeschrittenen Französischlernern. GNV, 1986. p. 18.
29. Leibold A. The translation of humor; who says it can't be done?. Meta: journal des traducteurs. 1989. Vol. 34, no. 1. P. 109. URL: <https://doi.org/10.7202/003459ar>.
30. Loboda V. Translation transformations: definition and the problem of classification. *International humanitarian university herald. philology*. 2019. Vol. 4, no. 43. P. 72–74. URL: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2019.43.4.17>(date of access: 31.05.2024).
31. Martin R. A. Approaches to the sense of humor: a historical review. The sense of humor. Berlin, New York, 1998. P. 15–60. URL: <https://doi.org/10.1515/9783110804607.15>.

32. Matkivska N. Audiovisual translation: conception, types, characters' speech and translation strategies applied. *Studies about languages*. 2014. No. 25. URL: <https://doi.org/10.5755/j01.sal.0.25.8516>.
33. Molina L., Hurtado Albir A. Translation techniques revisited: a dynamic and functionalist approach. *Meta*. 2004. Vol. 47, no. 4. P. 498–512. URL: <https://doi.org/10.7202/008033ar>(date of access: 31.05.2024).
34. Morreall J. Philosophy of humour. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. URL: <http://plato.stanford.edu/entries/humor/>.
35. Nida E.A., Taber C. *The theory and practice of translation*. Leiden: LeidenPress, 1969. 219 p.
36. Norrick N., Neal R. Humor in language. *Encyclopaedia of language and linguistics* / ed. by K. Brown. 2nd ed. Amsterdam, 2006. Vol. 5. P. 425–426.
37. Sakellariou P. The semiotic status of interlingual subtitling. *Meta*. 2013. Vol. 57, no. 3. P. 677–693. URL: <https://doi.org/10.7202/1017086ar>.
38. *Topics in audiovisual translation* / ed. by P. Orero. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2004. URL: <https://doi.org/10.1075/btl.56>.
39. Yarovenko L., Boldyreva A. Grammatical transformations in translation. *Humanities science current issues*. 2021. Vol. 6, no. 35. P. 193–202. URL: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/35-6-28>.
40. Zubiria Z.B. *New Trends in Translation Studies, Mapping the Dubbing Scene: Audiovisual Translation in Basque Television.*: Peter Lang AG, 2013. Vol. 2. P. 93–98.

### СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

41. ГУМОР - тлумачення, орфографія, новий правопис онлайн. *СЛОВНИК - тлумачний словник української мови, орфографічний словник онлайн*. URL: <https://slovyk.ua/index.php?sword=Гумор>.

## СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

42. Мультсеріал Готель Газбін (1 сезон) українською онлайн. *uasegal.club*. URL: <https://uasegal.club/hazbin-hotel/season-1-ae>(дата звернення: 23.05.2024).
43. Мультфільм Зоотрополіс українською онлайн. *uasegal.club*. URL: <https://uasegal.club/movie-zootopia-1>(дата звернення: 23.05.2024).
44. Мультфільм Секрети домашніх тварин 2 українською онлайн. *uasegal.club*. URL: <https://uasegal.club/movie-the-secret-life-of-pets-2>(дата звернення: 23.05.2024).
45. Hazbin Hotel - watch tv show streaming online. *JustWatch*. URL: <https://www.justwatch.com/id/tv-show/hazbin-hotel>(date of access: 30.05.2024).
46. The Secret Life of Pets 2 - watch streaming online. *JustWatch*. URL: <https://www.justwatch.com/id/movie/the-secret-life-of-pets-2>(date of access: 30.05.2024).
47. Zootopia - movie: where to watch streaming online. *JustWatch*. URL: <https://www.justwatch.com/id/movie/zootopia> (date of access: 30.05.2024).

**Використання гумору у мультфільмах та його відтворення українською  
МОВОЮ**

	<b>Текст оригіналу</b>	<b>Текст перекладу</b>
1.	I am just a dumb bunny, but we are good at multiplying.	Звісно я лише тупа кроличка, проте у множенні ми кролики лідери.
2.	Hmm. Nope! I guess that's why Charlie called it the «Hazbin» Hotel! Hahaha	Чарлі, у тебе тут що, готель без змін?
3.	Three years. Three years I've been sharing my life with her. And I tell her everything. My hopes, my dreams, my insecurities, my embarrassing habits, what deodorant I like.	Три роки я ділила з нею своє життя і розповідала про все: мої надії, мої мрії, мою невпевненість, мої стидкі звички, який дезодорант мені подобається.
4.	And how did you repay my generosity? With the rug made from the butt of a skunk. A skunk-butt rug. You disrespected me, my Gram-mama... who I buried in that skunk butt rug.	І як ти відплатив за мою щедрість? Килимком зі скунсового задку? Смердючим, як скунс. Ти зневажив мою мене, мою бабусю, яку я поховав у цьому килимку.
5.	– And like you said in your dumb little stage play us predators used to eat prey and that killer instinct is still in our «Dunnah». – Uh, I'm pretty much sure it's	– І як ви казали у цій тупій виставі, хижаки завжди їли здобич. Інстинкт хижака в наших «ДиНиКа». – Але це вимовляється як «ДНК».

	pronounced «DNA». – Don't tell me what I know, Travis.	– Не вчи вченого, Тревіс.
6.	– Feels good to be appreciated. – Smell-wether! – Ugh. That's a fun little name he likes to use. I called him Lion-fart once. He did not care for that	– Приємно, коли тебе цінують. – Дублянка! – Це в нього для мене таке смішне прізвисько. А я колись назвала його Левогриз, погладила проти шерсті.
7.	I've got three items on the docket. First, we need to acknowledge the elephant in the room. Francine (name of the elephant), happy birthday	У моєму списку три пункти. Перше, пора помітити у цій кімнаті слона. Френсін, з днем народження.
8.	Hey, Flash, i'd love you to meet my friend. Uh, darling I've-forgotten-your-name	До речі Шмиг, познайомся з моєю подругою. Люба Забув-твое-ім'я.
9.	– As you can see, Nangi is an elephant, so she will totally remember everything. Hey Nangi. These dudes have questions about Emmitt the otter. Been coming to your yoga class for like 6 years. – I have no memory of this beaver. Told you Nagal has a mind like a steel trap. I wish I had a memory like an elephant.	– Як бачите, Нанга – слониха. В у слонів реально пам'яті вагон. Ей, Нанга, ці чуваки розпитують про видру Казимира. Він у твоєму класі йоги вже шість років. – Я не знаю цього бобра. – Я ж казав у нашої Нанги макітра як вагон. Мені б стільки пам'яті, як у слонів.
10.	The only thing we have to fear is fear itself. And also bears. We have bears	Єдине, чого варто боятися, це сам страх. І ведмеді. Ведмеді страшні

	to fear, too. Say nothing of lions, wolves and weasels. You know, pretty much all the predators.	також, не кажучи про левів, вовків і тхорів. Всі хижаки страшні.
11.	<p>– Welcome to Heaven! Can I have your name, please?</p> <p>– Oh, Uhh, uh, uh, Charlie Morningstar!</p> <p>– Charlie Morningstar. Hmm. I'm not seeing you on my list here. That's so odd.</p> <p>– Uh, um, my Dad got me this meeting, so maybe...</p> <p>– Oh, Dad! Okay!</p> <p>– Try Lucifer Morning... star.</p> <p>– Oh, God! Yeah. Hooo, he he he. Yikes. Am I right? Are you sure you're in the right place? Because I think you may be a little lost.</p>	<p>– Привіт! Вітаємо в Раю. Скажіть ваші імена, будь ласка.</p> <p>– А, я Чарлі Морнінгстар.</p> <p>– Чарлі Морнінгстар. Хм. Я не бачу тебе у моєму списку. Дивно.</p> <p>– Мій тато влаштував мені цю зустріч, тож...</p> <p>– Тато?</p> <p>– Перевірте Люцифер Морнінгстар.</p> <p>– О Боже! Так, оце так! А ви точно не помилилися? Схоже ви заблукали.</p>
12.	I am doing superhero stuff. Thwip, thwip. Anybody comes in here looking for trouble, they gonna meet my pathners. I'm talking about Paw and Order.	Я борюся зі світовим злом, Крихітко. За супергеройські штучки. Піу. Я тобі так скажу, якщо зло шукає проблем на свою дупу, я покличу своїх напарників. Ось вони Правчук і Лівчук.
13.	<p>Live tonight however you want because...</p> <p>We're all going to die! Hahahaha!</p> <p>All right, let's give it up for not dying!</p>	<p>Поживіть цю ніч як хочете, бо Ми усі помремо!</p> <p>Так, поаплодуйте, щоб не померти. Люблю не помирати. Вип'ємо?</p>

	Love not dying! Drinks?	
--	-------------------------	--

## SUMMARY

The bachelor thesis is devoted to the study of the peculiarities of reproducing humor in the Ukrainian language (based on the material of English-language animated films)

**Objective of the study** is to determine the peculiarities of humor reproduction in the translation of English-language cartoons. To achieve this goal, the following tasks are envisaged:

- to consider the theoretical foundations of the study of the concept of «humour»;
- to define the theoretical aspects of the concept of «animated film» as a type of audiovisual translation and types of its translation
- to systematize translation strategies for reproducing humor in animated films;
- having watched selected cartoons in English, identify common means of creating humor in them;
- to analyze, using specific examples, what strategies were used to translate jokes and to see if the translators managed to preserve the comic effect;

**Research area** is humor in English-language animated films translated into Ukrainian with focus on the specifics of reproducing this humor, including the use of translation strategies.

**Research methods** included: descriptive, comparative analysis, deduction and induction.

In this work, a study of humor and its translation methods was conducted, focusing particularly on film translation as an example of a multimodal process. The analysis of theoretical material and practical research revealed that humor is a phenomenon deeply rooted in culture and language, and has been of interest to researchers for centuries.

Within the context of humor research, various theories of its origin were considered, such as the theories of incongruity, hostility, and release, as presented by

well-known philosophers and psychologists. The contribution of linguistics and translation studies to the understanding and transmission of humor was also examined, particularly through the analysis of humor translation strategies in audiovisual translation.

Specifically, the chapter on audiovisual translation explored various translation methods, such as subtitling, dubbing, and voice-over, as well as their impact on preserving the humorous effect. It was found that it is a complex process that requires consideration of both verbal and non-verbal elements of cinema. It was determined that dubbing is the best method of humour translation in cartoons for the target audience.

Therefore, by analyzing the means of creating humor in the studied animated films, it can be concluded that humour often relies on lexical, syntactic, and phonetic levels. Among the lexical means of humor, the most common are wordplay, occasional proper names, tropes, and various stylistic devices. At the syntactic level, humor arises through antithesis, allusions, and syntactic repetitions. The phonetic level uses onomatopoeia, accents, and non-standard pronunciations by characters to create a comic effect. The translation of humor involves various strategies and transformations, such as adaptation (foreignization and domestication), compensation, modulation, literal translation, which affected the preservation, omission, or enhancement of the comic effect. Despite some challenges associated with the adequate translation of wordplay and other lexical devices, translators generally successfully conveyed the humor to the Ukrainian audience, achieving the necessary humorous effect.