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

ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ ЯК СПОСІБ АДАПТАЦІЇ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ АНГЛОМОВНИХ АНІМАЦІЙНИХ СЕРІАЛІВ ДЛЯ ДОРОСЛИХ

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «магістр»
студентки ІІ курсу магістратури
освітньої програми 035. 041
«Художній переклад з англійської мови, літературне редагування та менеджмент перекладацьких проектів»,
спеціальність – № 035 «ФІЛОЛОГІЯ»
ФАРАФОНОВА Аліна Сергіївна
Науковий керівник:
Олена Підгрушна*, к. філол.н., асистент*

«Допущено до захисту»
Протокол засідання
кафедри **теорії і практики перекладу з англійської мови**
протокол № 11 **від «**20**»** травня **2024 року**
В. о. завідувача кафедри _____(підпис)
к. філол.н., асистент Олена Підгрушна

КИЇВ
2024

АНОТАЦІЯ

У цій роботі розглядається тема «Інтертекстуальність як спосіб адаптації в українських перекладах англомовних анімаційних серіалів для дорослих». Об'єктом дослідження є кінотексти англомовних мультсеріалів таргетованих на дорослу авдиторію та їхні українські переклади, а предметом — інтертекстуальні елементи цільових кінотекстів та їхній функціональний ресурс у цільовій культурі. Метою роботи є визначення особливостей функціонування інтертекстуальних елементів в українських перекладах англомовних анімаційних серіалах як складових стратегії адаптації. Для досягнення цієї мети використовується комплексний підхід, який включає порівняння та зіставлення цитат із перекладу мультсеріалів українською мовою із мовою оригіналу, аналіз та пояснення українських еквівалентів певними чинниками, застосовується квонтативний метод (підрахунок об’єму інтертекстів у мультсеріалах) та метод суцільного відбору.

У першому розділі роботи досліджується теоретична база дослідження, визначаються жанрово-стилістичні риси анімаційної продукції для дорослих, з’ясовуються особливості кіноперекладу, специфіка лексично-стилістичних викликів, гумору, культурно-специфічного контексту та вивчається потенціал прагматичної адаптації як стратегії відтворення анімаційних мультсеріалів.

У другому розділі досліджуються поняття інтертекстуальності в контексті перекладу анімації, її роль та функції, розглядається методологічний інструментарій аналізу інтертекстуальних елементів у цільовому тексті та визначається класифікація маркерів інтертекстуальності для цього дослідження.

Третій розділ присвячений аналізу алюзивних елементів, ремінісценцій та цитат у предметах дослідження, з’ясуванню особливості адаптації кінотексту з використанням інтертекстуальних одиниць. Також у цьому розділі узагальнюється, у яких ситуаціях перекладач вводить інтертекстуальні елементи у вихідний текст, та оцінюється вплив на сприйняття кінотексту та ефективність використання інтертекстуальних елементів як стратегії адаптації.

У висновках в узагальненому вигляді викладено результати дослідження, а також можливі напрями подальших досліджень у цій області.

Ключові слова: інтертекстуальність, адаптація, одомашнення, анімація для дорослих.

ABSTRACT

This work examines the topic «Intertextuality as a method of adaptation in Ukrainian translations of English-language animated series for adults». The research domain of the study is the film texts of English-language animated series targeted at an adult audience and their Ukrainian translations, and the research focus is the intertextual elements of the target film texts and their functional resource in the target culture. The work aims to determine the peculiarities of the functioning of intertextual elements in Ukrainian translations of English-language animated series as components of the adaptation strategy. To achieve this goal, a comprehensive approach is used, which includes comparing and contrasting quotes from the translation of animated series into Ukrainian with the original language, analysis, and explanation of Ukrainian equivalents by certain factors, the usage of the quantitative method (counting the volume of intertexts in animated series) and the method of continuous sampling.

We explore the theoretical base of the research, determine the genre and stylistic features of animated products for adults, clarify the peculiarities of film translation, the specificity of linguistic and stylistic challenges, humour, and culturally specific context and study the potential of pragmatic adaptation as a strategy for the reproduction of animated cartoon series.

The second chapter examines the concept of intertextuality in the context of animation translation, its role and functions, considers the methodological toolkit for the analysis of intertextual elements in the target text, and determines the classification of intertextuality markers for this study.

The third chapter is devoted to analysing allusive elements, reminiscences, and quotations in the study's subjects, to clarifying the peculiarities of the adaptation of the film text using intertextual units. Also, this section summarizes the situations in which

the translator introduces intertextual elements into the source text and evaluates the impact on the perception of the film text and the effectiveness of using intertextual elements as an adaptation strategy.

In the end, the results of the research are presented in a generalized form, as well as possible directions for further research in this area.

Keywords: intertextuality, adaptation, domestication, animation for adults.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ 2

ВСТУП 6

РОЗДІЛ 1. АНІМАЦІЯ ДЛЯ ДОРОСЛОЇ АВДИТОРІЇ ЯК ОБ'ЄКТ ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧОГО ДОСЛІДЖЕННЯ 10

1.1. Жанрово-стилістичні риси анімаційної продукції для дорослих 10

1.2. Виклики й труднощі перекладу мультсеріалів для дорослих 16

1.3. Прагматична адаптація як продуктивна стратегія відтворення анімації 20

Висновки до Розділу 1 24

РОЗДІЛ 2. ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІ ЕЛЕМЕНТИ В ПЕРЕКЛАДАХ АНІМАЦІЇ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ 26

2.1. Поняття інтертекстуальності в контексті перекладу анімаційної продукції 26

2.2. Методологічний інструментарій аналізу інтертекстуальних елементів у цільовому тексті 31

2.3. Інтертекстуальні елементи та культурні контексти оригіналу й перекладу. 37

Висновки до розділу 2 40

РОЗДІЛ 3. Інтертекстуальні елементи в українських перекладах сучасних англомовних анімаційних серіалів для дорослих 42

3.1. Аналіз інтертекстуальних елементів у перекладах сучасної анімації для дорослої авдиторії 42

3.1.1. Порівняльний аналіз вихідного й цільового кінотексту мультсеріалу «Збіса Бос» та «Готель Газбін» 42

3.1.2. Порівняльний аналіз вихідного й цільового кінотексту мультсеріалу «Нетутешні» 53

3.1.3. Порівняльний аналіз вихідного й цільового кінотексту мультсеріалу «Коняка БоДжек» 77

3.1.4. Порівняльний аналіз вихідного й цільового кінотексту мультсеріалу «Розчарування» 89

3.2. Особливості адаптації кінотексту з використанням інтертекстуальних елементів 95

3.3. Оригінальний кінотекст vs. адаптований кінотекст: здобутки та втрати 101

Висновки до розділу 3 105

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ 107

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 112

ВСТУП

В епоху глобалізації та повсюдного домінування медіа, саме аудіовізуальний переклад починає відігравати все важливішу роль у міжкультурних та міжмовних контактах. З появою кінематографа та зростанням його популярності і доступності у мережі Інтернет, анімаційні серіали стали невід'ємною частиною повсякденного життя багатьох людей, що сприяло розвитку кіноперекладу.

Сьогодні багатовимірний та динамічний кінотекст надає багатий матеріал для вивчення, оскільки він репрезентує динаміку соціокультурного розвитку суспільства загалом та мови зокрема. Щомісяця з'являються нові мультсеріали, одержувачами яких є не діти, а саме дорослі та підлітки. Незважаючи на те, що мультфільми стали важливою частиною аудіовізуального ринку, перекладу мультсералів усе ще бракує наукової уваги. Переклад мультсеріалів – це специфічний вид перекладу, який потрібно розглядати з огляду на культурну обізнаність реципієнта. В основі світобачення та світосприйняття народу лежить власна унікальна система когнітивних концептів й соціальних стереотипів, які визначають національні особливості як окремої людини, так і суспільства загалом. Виходячи з того, що мову і культуру розглядають як форми існування свідомості суспільства, передумовою успішної міжкультурної комунікації є щонайбільший ступінь зближення когнітивних баз комунікантів. Це відбувається через розширення сфери лінгвального простору, до якого належать вербальні засоби репрезентації національно-культурної специфіки мовної свідомості, або для того, щоб «забарвити» кінотекст та надати йому ще більш комедійного ефекту. Саме тому важливо зрозуміти, чи існує послідовність, закономірність у таких перекладацьких перетвореннях.

Актуальність теми. Перекладознавчий ракурс інтертекстуальності та надання забарвлення вже готовому тексту, який був стилістично нейтральним, є особливо актуальними. Важливість взаємодії між автором/сценаристом та перекладачем обумовлюється глибинними розбіжностями у культурологічних та

соціолінгвістичних парадигмах. Різним аспектам інтертекстуальності присвячували свої праці сучасні вітчизняні і зарубіжних дослідники: Р. Барт, Ж. Женетт, Ю. Крістева, Ю. Лотман, М. Шаповал, З. Мітосек та ін. П. Тороп проаналізував інтертекстуальність у перекладі в загальнотеоретичному аспекті. А. Гудманян, У. Еко, Л. Венуті, С. Холтуїс, С. Басснетт, А. Лефевр, Е. Паунд, Ю. Найда провели окремі спостереження щодо відтворення інтертекстуальності в перекладі. Л. Грек, Ю. Чала, Я. Кривонос, С. Швачко розглядали в свої працях інтертекстуальність передовсім як перекладознавчу проблему. Попри це, питання проявів інтертекстуальності у рамках цільового тексту, зокрема на матеріалі кінотексту, малодосліджене, лише окремі його аспекти висвітлено в поодиноких наукових статтях чи іноземних монографіях. Відсутність ґрунтовних досліджень перекладів мультсеріалів в українських перекладознавстві свідчить про потребу їх активізації, що може принести значну користь як перекладознавцям, так і практикуючим перекладачам.

Практичним матеріалом дослідження слугували кінотексти чотирьох анімаційних серіалів: Збіса бос (Helluva Boss) (1-2 сезони), Готель Газбін (Hazbin Hotel) (1 сезон), Нетутешні (Solar Opposites) (1-3 сезони), Кінь БоДжек (BoJack Horseman) (1-6 сезони), Розчарування (Disenchantment) (1-3 сезони).

Мета роботи полягає у визначенні особливостей функціонування інтертекстуальних елементів в українських перекладах англомовних анімаційних серіалах як складових стратегії адаптації.

Для реалізації поставленої мети потребується вирішення таких **завдань**:

- визначити специфічні жанрово-стилістичні риси мультсеріалів орієнтованих на дорослу авдиторію та труднощів їхнього відтворення;
- дослідити поняття інтертекстуальності з точки зору перекладознавства та функціонування інтертекстуальних елементів у анімаційних серіалах;
- вивчити поняття адаптації як особливої перекладацької стратегії, зокрема принципи адаптації для української аудиторії;

- окреслити методи та критерії аналізу використання інтертекстуальних елементів в перекладі як способу адаптації вихідного контенту для цільової авдиторії;
- порівняти тексти перекладів й оригіналів та класифікувати інтертекстуальні елементи, що використовуються для адаптації вихідного тексту в перекладі;
- проаналізувати та категоризувати випадки при яких інтертекстуальні елементи слугують засобом адаптації в українських перекладах мультсеріалів для дорослої авдиторії;
- оцінити вплив використання інтертекстуальних елементів у перекладі на сприйняття та оцінку анімаційних серіалів українськими глядачами.

Методи дослідження. Для опрацювання теми було застосовано методи порівняння та зіставлення (зіставлення цитат із перекладу мультсеріалів українською мовою із мовою оригіналу); аналітичний та семантико-стилістичний (аналіз та пояснення українських еквівалентів певними чинниками), квонтативний (підрахунок об'єму інтертекстів у мультсеріалах), метод суцільного відбору.

Об'єктом дослідження є кінотексти англомовних мультсеріалів таргетованих на дорослу авдиторію та їхні українські переклади.

Предметом дослідження є інтертекстуальні елементи цільових кінотекстів та їхній функціональний ресурс у цільовій культурі.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в ньому вперше комплексно розглянуто явище інтертекстуальності як способу адаптації при перекладі анімаційних серіалів, досліджено методи та причини включення інтертекстів, які виникають під час застосування різних методів перекладу, зокрема стратегії доместикації (одомашнення) кінотексту мультфільмів.

Теоретична значущість дослідження полягає в тому, що його результати роблять внесок до теорії перекладу, зокрема пропонуючи нову модель адаптації, засновану на концепції інтертекстуальності; роширює теорію авдіовізуального перекладу у вивченні прагматичної адаптації як основної стратегією відтворення аудіовізуальних творів; та дає уявлення про те, як інтертекстуальні елементи

використовуються для відтворення сенсів, які неможливо виразити за допомогою традиційних перекладацьких методів.

Практична значущість кваліфікаційної роботи полягає в тому, що її надбання можуть бути використані перекладачами для розроблення більш ефективних стратегій перекладу при адаптації анімаційних серіалів для дорослих; прислужитись у викладацький діяльності при підготовці матеріалів до навчальних дисциплін з практики перекладу, авідовізуально та кіноперекладу; та стати в нагоді для міждисциплінарних розвідок, що вивчають зв'язок між мовою та культурою та його вплив на процес міжкультурної комунікації.

Апробація. Результати роботи доповідались на ІІ Науковому семінарі для молодих учених та відображені в публікації «Відтворення лексико-стилістичних рис мультсеріалу «Розчарування» українською: субтитри vs. Дубляж» (Тези доповідей наукового семінару для молодих учених (студентів, магістрантів, аспірантів, докторантів) «Актуальні проблеми перекладознавчих та порівняльних студій» (17 листопада 2023 року)).

Структура кваліфікаційної роботи: вступ, три розділи, висновки та список використаних джерел (43 найменувань). У *першому* розділі розглянуто анімацію для дорослих у сфері перекладознавства та прагматичну адаптацію як продуктивну стратегію відтворення цієї категорії анімації. У *другому* розділі вивчено, що таке поняття «інтертекст» в контексті перекладу анімації, її роль та функції. У *третьому* розділі проаналізовано інтертекстуальні елементи в українських перекладах англомовних анімаційних серіалах для дорослих, здобутки та втрати в залученні стратегії адаптації, її вплив на сприйняття аудиторією. Робота складається зі 115 сторінок, з них 99 основного тексту. У ході дослідження методом суцільного відбору з перерахованих вище анімаційних творів (60+ год в сумі) було виявлено більше 200 інтертекстуальних одиниць.

РОЗДІЛ 1. АНІМАЦІЯ ДЛЯ ДОРОСЛОЇ АВДИТОРІЇ ЯК ОБ'ЄКТ ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Жанрово-стилістичні риси анімаційної продукції для дорослих

Уже понад півсторіччя мультфільми органічно ввійшли в наше життя і вважаються невід'ємним його складником. З часом зріс і комерційний інтерес до виробництва анімаційних фільмів: замовники хотіли зробити анімацію такою ж популярною, як й ігрове кіно. Адже анімація дає змогу реалізувати багато фантастичний ідей, які було б дуже складно реалізувати в реальному житті, навіть користуючись зеленим екраном (хромакей), а в анімації просто можна намалювати бажане, використовуючи комп'ютер чи традиційний метод малювання, актори можуть грати двох чи більше персонажів, просто змінюючи голос, тобто вступає в дію практичний аспект, хоч на продумування і на розкадровку може піти набагато більше часу, бо, зрештою, монтажер ігрового фільму працює з тим матеріалом, який у нього є, а монтажер в анімації працює з тим, що ще не відзнято. Перші декілька місяців чи років анімаційний проект взагалі може існувати тільки як серія розкадровок. В той час як кінорежисер — це заручник локації, технічних можливостей, умов, аніматори використовують весь мислений ресурс, який обмежується тільки об'ємом фантазії. Анімація — це потужний інструмент, який може перенести нас у різні світи, розпалити нашу уяву та викликати низку емоцій.

Мистецтво анімації у проявах не менш різноманітне, ніж література, живопис чи кінематограф. Воно багато чого запозичує із цих мистецтв і дуже добре поєднує їх між собою. В анімації, як і в літературі чи графічних романах/коміксах можна експериментувати з видом оповіді (більш того, залежно від країни чи жанру різняться тенденції, для заходу — це трьохактна класична оповідь, піраміда Фрейтаґа, на дальньому сході (конкретно для Японії) — це кішотенкецу, яка зовсім по-іншому сприймається читачами інших регіонів, а Ден Гармон (творець «Рік і Морті») створив власне *Коло Гармона* на основі відомої

структури мономіфу [32]). У більшості видів живопису (якщо не зважати на постмодерн) немає слів, й публіка здогадується, що відбувається там тільки по образах, кольорах, символам, що також присутнє і в анімації. Багато хто з творців анімаційних фільмів говорить, що важливо, щоб глядач впізнавав персонажа тільки за силуетом, тоді от анімаційний художник впорався з роботою. До прикладу, можна згадати четвірку головних персонажів з «Південного парку», які намальовані дуже дивно навіть за теперішніми нормами, чи головний дует з «Бівіс і Батхед», яких спеціально зобразили з гіперболізованими рисами обличчя, щоб вони відрізнялися від всіх інших героїв. Рис. 1 ілюструє, як легко впізнавані героїв популярних мультфільмів лише за силуетами:

Рис 1. Силуети мультгероїв з популярних мультфільмів для дорослих

Іншими словами, анімація — це форма оповіді, яка виводить історії на новий рівень, використовуючи візуальні ефекти та звук, щоб створити захоплюючий досвід, який може перенести нас у нові місця та познайомити з новими персонажами. Як і у будь-якого мультимедійного контенту, в анімаційних творах є поділи на категорії та на жанри, які змінюються з часом і набувають своїх відмінних рис.

Анімаційна продукція для дорослої аудиторії – зовсім не є жанром, що виник на вимогу сучасності, як багато хто вважає. Найдавніші анімаційні картини в основному й призначалися для задоволення саме дорослих, які дивилися стрічки у кіно. Це були короткі фільми, які використовувалися як «розігрів» перед переглядом повнометражного художнього кіно, і складалися здебільшого зі сценок у жанрі водевілю. Пізніше, Голлівуд почав систематично цензурувати матеріал, який вважався «непідходящим». Це сталося через появу Кодексу Гейза, який цензурував усі фільми, включно з анімацією, з 1934 року і аж до 1968 року, хоча в останні роки його, здебільшого, ігнорували. У результаті з мультфільмів витіснили значну частину «відвертого» контенту для дорослих. Однак анімація все ще здебільшого існувала у формі короткометражних мультфільмів, які крутили перед художніми фільмами, часто разом із кінохронікою. Анімацію навіть використовували в американській пропаганді Другої світової війни, де Дональд і Даффі Дак закликали богобоязливих громадян платити податки, збирати металобрухт і загалом «молотити» нацистів. В 50-х і 60-х роках, коли телевізорів у вдома перестав бути чимось незвичним, почалась маркетингова кампанія, яка пропагувала анімацію як дитячий продукт, за винятком такого телешоу як «Флінстоуни», що призначався для сімейного перегляду. Але серіал більше розкривав вади та недоліки життя середнього класу в Америці, ніж глибину людських страждань.

Але не все було втрачено. Прийшли 80-ті, і на сцену вийшов канал MTV. Перший креативний директор каналу Фред Зайберт вважав мультфільми ідеальним візуальним аналогом рок-н-ролу. Канал також показував і новаторські музичні кліпи зі сміливою анімацією (як-от a-ha – Take On Me). Це заклало підвалини руйнуванню уявлення про те, що анімація – це розвага суто для дітей. Потім, у 1989 році, анімація повернулася в прайм-тайм із «Сімпсонами» на каналі FOX, які поєднали класичну сім'ю з ситкомів із посиланнями на поп-культуру та складними сюжетними лініями. Можливо, поява насиченого ненормативною лексикою «Південного парку» і «Сім'янина» ще раз підтвердила те, що анімацією для дорослих цікавляться та справді дивляться. Телеканал

Cartoon Network також приєдналися до течії, запустивши програмний блок для анімації для старших Adult Swim у 2001 році, що набирає популярність. Крім цього, потокові VOD-сервіси такі як NETFLIX, HULU, AppleTV+, HBO Max з кожним роком все більше випускають анімаційних серіалів «не для дітей».

За своєю суттю анімація для дорослих — це анімаційні твори, які орієнтовані на дорослу аудиторії та можуть бути представлені у будь-якому форматі (повнометражний фільм, серіал, короткометражка тощо), жанрі та на будь-якій платформі. Це форма розваг, яка використовує анімаційне середовище та розглядає такі теми як смерть, сімейне життя, сексуальна орієнтація, ідентичність, політика, війна, самотність, екзистенційні проблеми, залежність від алкоголю і наркотиків, гендерну нерівність, розлучення тощо [37]. Зміст, мова та тематичні шаблони, які використовуються в таких мультфільмах, можна розглядати як відмінні риси. Через характер контенту підлітків також можна сприймати як важливу частину аудиторії, адже вони почасти виявляють бажання мати справу зі складнішими, дорослішими формами розваг, адже ця вікова група здатна сприймати швидкий темп розвитку сюжету, наявність складнішої лексики та гумору, розриви в тимчасових і логічних ланцюжках дій персонажів.

Для створення анімації цієї категорії використовують низку методів, що мають на меті викликати емоції. Серед таких візуальних засобів виразності можна назвати (1) колір і освітлення для створення настрою та атмосфери, (2) музика та звукові ефекти для посилення напруги. Самі персонажі можуть бути намальовані зі специфічними виразами обличчя та мовою тіла, які передають емоції та допомагають нам сприймати героїв на глибшому рівні. В одному шоу навіть можуть перетинатися декілька стилів мальовки (див. рис. 2), щоби зробити акцент на переживаннях або ж для комедійного ефекту. Одним із найпотужніших аспектів анімації є те, як вона використовує візуальні елементи для передавання значення та почуттів. Від форми та дизайну персонажів до палітри кольорів самого продукту, ці візуальні елементи можуть мати глибокий вплив на наше сприйняття анімаційних медійних продуктів.

Рисунок 2. Поєднання різних технік мальовки в одному анімаційному проєкті («Bojack Horseman»/ «Коняка Боджек»)

Крім візуальних засобів виразності, у мультфільмах для дорослої аудиторії вживають специфічні мовні засоби виразності. Оскільки діалоги й монологи мультфільмів, в основному, пишуть у розмовному стилі мовлення, для тексту характерними є велика кількість сленгізмів, що надають комічності тексту і є мовними засобами виразності. Спостерігається наявність жартів, для яких характерними є використання таких засобів комічного: полісемія, омонімія, іронія і сарказм.

Серед мовних засобів «дорослого» мультфільму часто домінує ненормативна лексика, що передає емоційність або відображає характери чи взаємини між персонажами, або ж для того, щоб привернути увагу глядача. Наприклад, у «Збіса бос» та «Готель Газбін» лайка використовується радше для того, щоб шокувати аудиторію (тільки в перших чотирьох серіях можна почути більше 120 лайливих висловів) та щоб показати ницість істот як і пекла, так і

раю. Однак використання ненормативних слів у «Коняка Боджек» не є ані необґрунтованим, ані надмірним. Вони радше використовуються для відображення складних емоцій і для додання автентичності розмовам, адже, по суті, герої там звичайні люди, хоч і намальовані антропоморфними тваринами для гіперболізації характеристик. Приміром, слово *«fuck»* використовується тільки тоді, коли руйнуються взаємини/стосунки між персонажами.

Ще одною особливістю і складністю перекладу анімаційних витворів для дорослих — це культурно-специфічний контекст, який складається з певних онімів, історичних подій, фільмів, моди, інтернет-культури, особливостей життя народу тощо. І як елемент гумору, засіб рефлексії та створення яскравих особистостей для канви сюжету мультсеріалів використовують інтертекстуальні посилання, алюзії тощо, що є складною проблемою для перекладача.

Незважаючи на те, що анімація для дорослих не є новим явищем, вона й далі користується значною популярністю. Особливістю таких анімаційних серіалів є їхнє сатиричне спрямування, висміювання різних аспектів життя людей і суспільства загалом. Вона має величезні можливості (як технічні, так і експресивні) для передачі змісту твору. «Доросла» анімація найчастіше жорстока та цинічна у своїх засобах виразності, чи це сценарій, чи антураж. І саме тому доросла аудиторія звертається до цього виду мистецтва. За рахунок багатства виразності, глядачі можуть не тільки знайти собі твір до душі, а й певною мірою сублімувати негативні емоції та потреби й рефлексувати над навколишнім світом. А рефлексії допомагають сатиричні прийоми, якими автори користуються при створенні творів такої анімації.

Що ж до жанрів багатосерійної «дорослої» анімації, вона, зазвичай, носить комедійний характер. У аналізованих творах комедія є домінуючим жанром, проте не єдиним. Вони включають драму, фантастику, мелодраму, трагікомедію, сатиру та інші жанри. Саме тому анімацію для авдиторії старшого віку ми не розглядатимемо як окремий жанр, а як **категорію анімаційної продукції**, до якої теж треба застосовувати специфічні перекладацькі підходи/стратегії.

2.1. Виклики й труднощі перекладу мультсеріалів для дорослих

Згідно з аналізом наукових досліджень, існує близько десяти видів аудіовізуального перекладу, які можна об'єднати у дві більші групи: переозвучення та субтитри. У цьому дослідженні фокусуємось на першій групі, оскільки саме переозвучення є домінуючим способом перекладу англомовних мультсеріалів для дорослих українською мовою. Загалом, переозвучення – це термін, який використовується для позначення аудіовізуальних методів перекладу з метою повного або часткового перекриття тексту оригінального продукту новим текстом цільової мови. Воно поділяється на такі типи: закадровий переклад/озвучення, аудіоопис, вільний коментар та дубляж [26]. Традиційно, для перекладу анімаційних серіалів для авдиторії старшого віку зазвичай використовують озвучення та дубляж.

Важливо зазначити, що поняття «офіційного» та «аматорського» озвучення та дубляжу у сучасному технологічному контексті є досить умовними, адже наразі процес локалізації може залучати різноманітних агентів та стейкголдерів. Часом фанатські студії можуть переростати у професійні, адже зараз фінансування може йти різними шляхами: підтримка глядачів через такі сервіси як Patreon чи BuyMeACoffee, замовлення від інших студій та сайтів, замовлення від конкретної людини на конкретний проект тощо. Так, приміром, ***Simpsons.ua*** (чию легендарну локалізацію «Футурами», «Сімпсонів», «Грифінів», «Південного парку» свого часу показували на каналі QTV) замовили дубляж у фан-студії ***Lifecycle***, ***AdrianZP*** зазвичай бере проекти, які йому до душі, та запрошує до проекту акторів озвучення, ***НеЗупинайПродакшн*** розпочинали краудфандинґовий проєкт із професійного озвучення закордонних телесеріалів українською мовою і за допомогою голосування обирали проект на дубляж чи озвучення.

Закадрове озвучення з технічної точки зору означає процес начитки перекладу актором / акторами та студійного запису звукової доріжки із перекладом поверх оригінальної звукової доріжки таким чином, що дві звукові

доріжки звучать одночасно (звукова доріжка оригіналу – тихіше, звукова доріжка із закадровим перекладом гучніше). Завдяки звучанню двох доріжок у глядача створюється відчуття реалістичності закадрового перекладу. Для посилення ілюзії автентичності закадрового перекладу звукову доріжку мови перекладу записують із затримкою на декілька секунд від початку репліки мови оригіналу, щоб глядач мав можливість почути оригінальну звукову доріжку та голос актора мови оригіналу.

А ***дублювання*** ж – це особлива техніка запису, яка дозволяє повністю замінити оригінальну звукову доріжку фільму з репліками персонажів звуковою доріжкою у форматі Dolby Digital із перекладеними репліками [20]. Особливість дубляжу як виду кіноперекладу полягає в потребі підготувати адекватний текст мовою перекладу, який забезпечує досягнення синхронності складника артикуляції акторів із відеорядом при одночасному дотриманні темпу мовлення та тривалості окремих реплік. Але мусимо зазначити, що, якщо порівнювати зі звичайними ігровими фільмами, то дублювання та озвучення анімаційної продукції легше робити з технічного погляду, оскільки в анімації легше досягти ліпсинку, бо він, якщо розглядати уважніше, є досить умовним навіть в оригіналі. Також, технічні труднощі припускають необхідність дотримуватись стандартів дублювання та озвучення, що забезпечують адекватний цільовий результат, який легко сприймати на слух. При підготовці перекладеного тексту до дублювання перекладач має брати до уваги три типи синхронізації тексту із відеорядом: фонетичної (ліп-синк), кінетичної та ізохронії. При роботі з мультсеріалом ліп-синк, тобто синхронізація рухів губ персонажа зі звуками мови, менш актуальна, тому що герої тут намальовані і навіть в оригіналі рухи припасовані до звуків досить умовно, що полегшує роботу. Проте, вимоги кінетичної синхронізації (дії персонажів із подіями на екрані) та ізохронії (довжини вимовленої фрази та фактичного процесу) актуальні і для мультсеріалів [13].

Як було зазначено вище, часто у мультфільмах цієї категорії застосовуються вульгаризми і табуйована лексика. Існують різні думки щодо перекладу вульгаризмів: хтось вважає, що потрібно нейтралізувати цю лексику,

хтось виступає за її відтворення в перекладі. Однією із основних проблем при перекладі ненормативної лексики в художньому творі є пошук тих відповідників, які б природньо відтворили таку лексику першотвору в культурі реципієнтів, та щоб ті відповідники вклалися в таймінг і ліп-синк. Головне завдання перекладача при перекладі таких комунікативних одиниць — зробити так, щоб нецензурна лексика виконувала ідентичну чи хоча б схожу функцію, як і в тексті оригіналу. В українському кіноперекладі традиційно лайливі слова не відтворювали, а нейтралізували, проте в останні декади спостерігаємо зміну тенденції до пошуку функціональних відповідників у цільовій культурі, особливо якщо заглянути у світ неофіційних дубляжів чи озвучень. Нейтралізацію нецензурної лексики у відтворенні анімації для дорослих не можна вважати адекватною стратегією, адже це призведе до значної видозміни цільового твору у цільовій культур. Якщо в мові перекладу відсутні функціональні аналоги або альтернативні відповідності, перекладач може застосувати компенсацію. А пошук функціональних відповідників передбачає чітке розуміння з якою метою вжита та чи інша нецензурна лексична одиниця — чи це проста демонстрація сплеску емоцій, чи характеристика персонажа.

Стосовно перекладу реалій, національно-культурних особливостей (у які і входять інтертекстуальні посилання) аудіовізуальних творів, перекладач завжди стоїть перед вибором: наблизити героїв/сетинг до глядачів, нівелювавши різницю між культурами або, навпаки, зробити акцент на збереженні культурно значущої інформації, при цьому глядач наближається до того, що оточує персонажів мультсеріалів з недитячим наповненням. З огляду на можливості відтворення специфічних для певної культури елементів, науковці виділяють і особливі стратегії перекладу. Так, наприклад, Б. Недергард-Ларсен пропонує шість стратегій для подолання проблем при перекладі фільмів, пов'язаних із культурною асиметрією: перенесення / запозичення, прямий переклад, пояснення, перефразування, адаптація до цільової культури, вилучення [33]. І всі ці стратегії варто застосовувати, взявши до уваги кожен канал (і зоровий, і слуховий). Наприклад, якщо персонаж посилається на акторку Кеті Айрленд і є

наступна сцена, у якій присутня ця актриса, перекладач не може застосувати стратегію культурної заміни, наприклад, замінивши Кеті Айрленд іншими, більш знайомими актором чи акторкою для молодої аудиторії (16-20 років). Знаки чи написи — теж проблема для перекладацької команди, адже зазвичай вони дають поле для гри слів чи іншого виду жарту. Зараз, за наявності бюджету та завзятості перекладацької групи, є можливості зробити графічні адаптаційні прирендери українською, тобто є змога «підлаштувати» візуальну складову під власний жарт, який не буде вибиватися із загальної картини. Контекст також, як було зазначено, грає архіважливу роль у цьому випадку, адже персонажі у хороших тайтлах — це особистості зі своїми хобі, історією, взаємовідносинами тощо. Якийсь факт може бути важливим для жарту (ґеґ) по всьому серіалу, як от «Вони вбили Кенні!» (внутрішня інтертекстуальність, але важливо, щоб фраза була однаковою) у «Південному парку» чи те, що у Коняки БоДжека був «інцидент» з Дрю Беррімор, який посварив їх, і про цей факт згадують декілька разів у серіалі. І чи можемо ми тоді заміняти цю «реалію» на іншу? Можливо, але тоді треба тримати в голові, що є окрема підісторія з цим героєм-реальною-людиною.

Звичайно, кожний перекладач обирає власний, відмінний від інших, шлях тлумачення твору, свою стратегію перекладу, зокрема керуючись і власними смаками, своїм розумінням потреб глядача та завдань перекладу. Саме тут починається дилема між «дослівним перекладом» і «прагматичним перекладом», адже цільовий текст має бути зрозумілим досить широкій аудиторії, бо анімація «взаємодіє з різноманітною аудиторією, від офіціантів забігайлівки до робітників фабрики, від митців до працівників університету» [35]. Дійсно, аудіовізуальний переклад мультфільмів видається унікальним викликом, що передбачає жонглювання творчими рішеннями на канаті обмежень. З одного боку, візуальна складова та контекст історії дають перекладачу чіткі рамки, в яких він має працювати. З іншого боку, сам формат анімації розкриває безмежні можливості для творчого переосмислення та адаптації до цільової аудиторії.

3.1. Прагматична адаптація як продуктивна стратегія відтворення анімації

При перегляді мультсеріалів для дорослих український глядач стикається не просто з медіа англійською мовою, а з повністю іншим культурним пластом. Оскільки існує так багато різноманітних труднощів перекладу анімації для дорослих (і мовних, і технічних, і культурних), то слід шукати специфічні стратегії, які дозволять адекватно відтворити всі особливості анімації для дорослих у іншому культурному середовищі. Під час перекладу кінопродукції загалом та анімації зокрема часто використовують поняття «локалізація», яке можна трактувати по різному.

Локалізація *як процес* — це процес трансформації структури та змісту тексту, завдання якого адекватно передати закладені в структуру тексту прагматичні цілі стосовно заданої екстралінгвальної комунікативної ситуації, яка визначається конкретними соціокультурними, політичними та іншими умовами. І цей процес відрізняється від інших подібних практик саме тим, що має справу з цифровим контентом. Для того, щоб цифровий контент був адаптований або локалізований, необхідні особливі інструменти та технології, специфічні навички. **Локалізація ж *як прийом перекладу*** — це заміна вихідних культурно-зумовлених концептів та позамовної реальності до вимог, правил, звичаїв цільової культури. В обох випадках, у процесі перекладу анімаційного продукту в іншомовний та іншокультурний простір, перекладач мусить певним чином «підлаштувати» оригінал до сприйняття пересічного глядача.

Найчастіше в процесі перекладу мультсеріалів з недитячим змістом на іншу мову застосовується **прагматична адаптація,** яка є засобом локалізації й мета якої в тому, щоб контент був зрозумілим глядачу перекладеної версії та щоб він викликав ті ж реакції, як оригінал. Термін «адаптація» використовується в теорії перекладу для позначення такого виду перетворення, в результаті якого відбувається не тільки зміна в описі тієї чи іншої предметної ситуації, але і замінюється сама предметна ситуація. Найвідоміше визначення адаптації як перекладацького прийому, мабуть, належить канадським лінгвістам Ж.-П. Віне

та Ж. Дарбельне, котрі вирізняють прийом прямого перекладу (запозичення, кальки, дослівний переклад) та прийоми непрямого перекладу (транспозиція, модуляція, еквівалент та *адаптація*). Таким чином, адаптація, під якою розуміють заміну ситуації, що описується, відноситься до непрямого перекладу, який застосовується, коли неможливий переклад прямий [8]. Тобто під цим поняттям розуміємо модифікацію тексту відповідно до мовних, стилістичних, культурних та когнітивних структур реципієнта. У більшості випадків для перекладача існує тільки один «правильний» спосіб перекладу — не відтворити дослівно, а створити власний гумористичний елемент чи замінити реалію, використовуючи ті самі засоби, що й автор оригіналу, при цьому зберегти задум якомога ближче до оригіналу і враховати контекст. Прагматична адаптація стосується, зокрема, реалій, які відіграють ключову роль у передачі культурного та соціально-історичного контекстів. Адаптація робить вихідний продукт більш емоційним, звичним та смішним за ефектом, адже глядачі налаштовані на легке розуміння прийомів комічного та не витрачають час на декодування елементів гумору, які можливо так і не зможуть зрозуміти через відсутність необхідного досвіду.

З поняттям адаптації співвідноситься перекладацька стратегія «одомашнення/доместикація»: перекладач при цьому замінює елементи вихідного тексту, які є специфічними для культури оригіналу, елементами культури адресата чи іншої культури, який є більш знайомий реципієнту. Мова при цьому спрощується та стає близькою до цільової культури: назви речей та звичаїв, які є чужими, замінюються на більш знайомі еквіваленти; «[одомашнення] стираючи культурні грані, продукує дози іноземного, які легше засвоюються, та, з комерційної точки зору, краще споживаються» [24].

До перекладацьких прийомів стратегії доместикації можна віднести:

- гіперонімічне перейменування (генералізація) — відбувається дереалізація реалій, тому що часто конкретне поняття передається лексемою надзвичайно широкої, розпливчатої

референції. При такому виду перекладу стилістична роль реалій незначна;

Bojack Horseman / Коняка Боджек 3 сезон 3 серія	
You're doing 50 in a 35.	Ти підвищила швидкість.
Solar Opposites/Нетутешні 2 сезон 3 серія	
I should hope that you're all going out to get more Miller L-I-I-lights for Tuesday Taco Night Thing.	Сподіваюсь, ви всі йдете за світлим пивасом для вечора тако у вівторок.

- комбінована реномінація — максимальна передача семантики з лінійним розширенням тексту, тобто транскрипція з описовою перифразою [7];

Bojack Horseman / Коняка Боджек 5 сезон 3 серія	
— Please tell me you said, Ahh-ooga! — Oh, I didn't!	— Скажи, що ти був у захваті! — Ні, не був!
Solar Opposites/Нетутешні 1 сезон 5 серія	
I like my notes in blue ink!	Пиши синьою ручкою за мене!

- міжмовна конотативна транспозиція — заміна іноземної реалії реалією світу ЦА з іншим денотативним, але рівновартісним конотативним значенням;

Великий Рот / Big Mouth 1 сезон 3 серія	
— Hey, Dad, um can I ask you something? — Me? Okay, fine, but the lights stay off. I don't own stock in Con Ed.	— Гей, тату, можна в тебе дещо запитати? — Добре, але все одно вимкни світло, моє прізвище — не Коломойський.
Поліція Парадайз / Paradise PD 1 сезон 3 серія	

— ♪ I really like hard drugs I like to smoke 'em up ♪ I like to shoot 'em up... ♪ — You don't have access to the evidence room anymore. So, clean up your act, Arfie Lange.	— ♪ Наркомани на городі ♪ Наркомани на городі ♪ — Дорога до речдоків тепер тобі закрита, тому зав'язуй з наркотою, Добкін молодший.

- субституція — відтворення семантико-стилістичних функцій одиниці мови джерела одиницею мови-перекладу; а також пошук ситуативного відповідника [9].

Поліція Парадайз / Paradise PD 1 сезон 3 серія	
Calm the fuck down, Vladimir, or I'm Putin a bullet in your ass.	Стули їб*ло, Володимире, бо зараз станеш х*йлом.
Сімпсони/Simpsons 5 сезон 10 серія	
Bart, I don't want to alarm you... but there may be a bogeyman or bogeymen in the house.	Барте, ти тільки не лякайся, але в домі може бути бабай чи навіть бабаї.

Використання цих прийомів дозволяє перекладачу створити якісний переклад тих елементів мультсеріалу для дорослих, що становлять значний виклик через різницю в позамовному досвіді вихідної та цільової аудиторії. Важливо й зазначити, що не існує єдиного "правильного" способу перекладу.

Кожен мультсеріал, ба навіть кожна сцена, має свої особливості, які потребують індивідуального підходу. Відтак, перекладач має бути гнучким та творчим, щоб знайти оптимальні рішення для передачі всіх аспектів оригіналу.

Висновки до Розділу 1

Анімація для дорослих – це багатогранний феномен, категорія анімаційної продукції, що сягає корінням у ранні роки кіно та пропонує зрілій аудиторії широкий спектр тем, стилів і жанрів. Цей вид анімації досліджує складні теми, такі як смерть, сімейне життя, ідентичність, політика, війна, самотність, використовуючи різні візуальні та мовні засоби. Анімація для дорослих може бути представлена в будь-якому жанрі, найчастіше комедії, драми, фантастики, мелодрами, трагікомедії та сатири. Цей вид мистецтва дає можливість дорослим глядачам розважатися, замислюватися над складними темами, рефлексувати над навколишнім світом та сублімувати негативні емоції.

Анімація для дорослих – це унікальний виклик для перекладачів, який потребує жонглювання творчими рішеннями в рамках чітких візуальних та контекстних обмежень. Основні труднощі при перекладі мультсеріалів цієї категорії — це технічні складнощі (такі як підбір акторів, попадання у таймінг тощо), відтворення мовленнєвих характеристик персонажів, комічного ефекту, а також реалій і алюзій, властивих іноземній культурі. З технічного боку, для перекладу зазвичай використовується озвучення та дубляж, які мають свої технічні особливості. Серед лінгвістичних викликів – потреба знайти функціональні відповідники в цільовій культурі, зважаючи на контекст та інтертекстуальні посилання.

Найбільші складнощі виникають при перекладі культурно-специфічної лексики, яка має національний відтінок та потребує особливої уваги від перекладача. Важливо відтворити не спосіб вираження чи форму такого елементу, а сам його ефект (особливо, коли використовуються національно забарвлені власні назви, до яких належать географічні назви, яким властиві культурно-історичні асоціації; імена історичних особистостей, громадських діячів, учених, письменників, діячів мистецтва, популярних спортсменів, персонажів художньої літератури та фольклору, а також назви історичних фактів і подій в житті країни тощо. Перекладач має балансувати між «дослівним» та

«прагматичним» перекладом, аби текст був зрозумілим широкій аудиторії. Використання одомашнення у відповідних ситуаціях є найбільш пріоритетною стратегією, що дозволяє стерти кордони між двома культурами й дає можливість сприймати переклад на рівні оригіналу.

РОЗДІЛ 2. ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІ ЕЛЕМЕНТИ В ПЕРЕКЛАДАХ АНІМАЦІЇ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ

2.1. Поняття інтертекстуальності в контексті перекладу анімаційної продукції

Мультиплікаційний дискурс можна розглядати як результат взаємодії колективного авторського задуму, складного комплексу передбачуваних реакцій глядача та тексту анімаційного твору, що є складним витвором, у якому інтертекстуальність простежується на всіх рівнях організації тексту.

Про інтертекстуальність зазвичай говорять у контексті літератури постмодернізму, проте концепція, окреслена М. Бахтіним і розвинена Ю. Кристевою та Р. Бартом, дозволяє будь-який текст розглядати як інтертекст, що в контексті різноманіття та діалогу мов і культур є надзвичайно перспективним. Інтертекстуальність не слід розуміти лише як роботу з цитатами та алюзіями, це, перш за все, апеляція вихідного тексту до прихованих культурних кодів, що лежать в основі будь-якого тексту. Відтак, адекватне розуміння перекладеного тексту передбачає, що цільова аудиторія правильно інтерпретує такі культурні коди. Нам слід починати говорити про еквівалентність тексту-джерела та тексту перекладу, тільки лише врахувавши цей факт у перекладацькій стратегії.

Ми погоджуємось з твердженням французького філософа і семіотика Р. Барта, у якому йдеться, що інтертекст — це будь-який текст, по суті: «Кожен текст є інтертекстом: інші тексти присутні в ньому на різних рівнях у здебільшого відомих формах: тексти минулої культури та тексти культури, що оточують нас в цей момент. Кожен текст – це нове полотно, «зіткане» зі старих цитат. Текст всотує та переплітає в собі уривки культурних кодів, формул, ритмічних структур, фрагменти ідіом тощо, адже як мова завжди існує поза текстом, так і текст завжди існує в мові» [21].

Мультиплікація є однією з найпопулярніших, масових і доступних форм аудіовізуальної фіксації тексту, особливістю якої є те, що анімаційний продукт є одночасно й інтертекстуалізованим текстом, і джерелом інтертекстуальності. Тобто сам кінотекст анімації вбирає риси інших текстів, дає простір для інтеграції в майбутні тексти. Мову мультсеріалів формує не один автор, а ціла команда, якщо це великий комерційний проект. У тих авторів своя «бульбашка», свій культурний пласт, досвід, завдяки яким формуються сценарії і персонажі, тому виходить, зрештою, що для мультсеріалів характерна своя особлива мова, однією з рис якого є інтертекстуальність.

Синтетичний за своєю природою кінотекст, яким є й анімаційний серіал, є прикладом синтетичної інтертекстуальності, яка лежить в основі феномену інтермедійності. Одне лише звернення анімації до творів літератури, образотворчого мистецтва, музики та введення їхніх фрагментів у полотно екранного образу може розглядатися як форма інтермедійності. Анімаційні серіали для дорослих можна розглядати в рамках інтермедійності, оскільки їх надихають інші художні форми та, зокрема, популярна культура. Такі художні форми та елементи, що належать до популярної культури, становлять справжній перекладацький виклик, адже, щоб відтворити значення інтертекстуальних посилань в рамках іншої культури їх необхідно не тільки виявити, але й вірно витлумачити. Ці посилання є частиною вихідної культури, і їхні приховані значення потрібно певним чином пояснити цільовій аудиторії, яка очікує отримати естетичне задоволення як від візуального, так і вербального вмістом.

Зазвичай, інтертекстуальні посилання зустрічаються в анімаційних стрічках, що розраховані на дорослих або молодь та підлітків, які і є цільовою аудиторією анімаційних серіалів для дорослих. Зокрема, залученість досягається за допомогою літературних посилань, соціально-політичних посилань тощо, тому що їх ідентифікація напряму пов’язана із залученістю глядача, його культурним полем, здатним визначати ці інтертексти та розпізнавати закладений зміст. Адже як зазначив Ф. Шауме-Варела [23]: «Згідно із Сабальбескоа, аудіовізуальні передачі, призначені для дітей, повинні містити мінімальний

рівень інтертекстуальності, ніж тексти, які зазвичай вважаються орієнтованими на дорослих».

Різні підходи до визначення інтертекстуальності зумовлені розмаїттям форм прояву цього явища, а також різними підходами науковців до вивчення цього феномену. Загалом під інтертекстуальністю розуміють загальну властивість текстів, що виражається в наявності між ними зв'язків, за допомогою яких тексти (або їх частини) здатні різними способами явно чи неявно посилатися один на одного.

Українська філологиня Л. Мельник навела найбільш узагальнене визначення терміну інтертекстуальності: «Інтертекстуальність – термін, що вживається для позначення спектру міжтекстових відношень і постулює, що будь-який текст завжди є складником широкого культурного тексту; полягає у: відтворенні в літературному творі конкретних літературних явищ інших творів, більш ранніх, через цитування, алюзії, ремінісценції, пародіювання тощо; явному наслідуванні чужих стильових властивостей і норм (окремих письменників, літературних шкіл і напрямків)…» [12].

Згідно з Х. Мартінес-Сьєррою [31], термін інтертекстуальності у контексті дубляжу можна визначити як присутність у цьому самому тексті посилань на інші тексти в письмовій, усній або аудіовізуальній формі. Як наслідок, у випадку аудіовізуального матеріалу слід брати до уваги мультимодальний текст.

Різноманітні аспекти інтертекстуальності аудіовізуального тексту є предметом дослідження значної кількості наукових праць, проте сам феномен інтертекстуальності у багатогранності його виявів потребує подальшого вивчення та систематизації, зокрема й в перекладознавчому аспекті. Під час перекладу аудіовізуального тексту навіть за умови досягнення найточнішого відтворення змісту оригіналу все ж відбувається певна видозміна тексту-перекладу в порівнянні з оригіналом, тому що будь-який переклад є інтерпретацією оригіналу. Переклад є отим третім текстом, який постає унаслідок інтертекстуальної взаємодії. Відповідно до основних тез теорії інтертекстуальності, неможливо створити медійний твір, не опираючись на

попередній досвід людства. Ледь не кожний аудіовізуальний твір сприймається асоціативно на тлі попереднього культурного досвіду. Так, наприклад, щоб повністю зрозуміти усі натяки, пародійність «Шреку», треба мати фонові знання про інші казки людства, кліше, які притаманні їм.

Отже, відтворення інтертекстуальних одиниць є стилетвірною та смислотвірною ланкою і передбачає, що глядач перекладу має не лише отримати інформацію, але й інтерпретувати її, актуалізуючи численні покликання на інші джерела. Переклад не просто замінює один код іншим, а радше, за словами С. Басснетт та А. Лефевра, «розробляє стратегії, за допомогою яких тексти з однієї культури можуть проникати в текстуальну й концептуальну мережу іншої культури і функціонувати в цій іншій культурі» [22].

Водночас У. Тацакович у своїй праці про інтертекстуальність у перекладі звертається до досліджень відомої лінгвістки Р. Леппігальм, що стосуються взаємозв'язку інтертекстуальності та культури. Якщо не вповні відтворити контекст вихідного тексту (що може стати наслідком використання перекладачем стратегії форенізації), то виникає явище культурної перепони, «…коли читачі цільового тексту не розуміють інтертекстуальних покликань тексту джерела» [17]. Таким чином, однією з важливих функцій інтертекстуальності, яку необхідно завжди зберігати в перекладі текстів, є культурна, яка здатна якомога ближче наблизити глядача до реалій, описаних у творі-джерелі.

З цього випливає, що інтертекст може бути посиланням на певного персонажа в попередньому тексті чи анімаційній стрічці, або рядок діалогу може натякати на попередній сезон чи серію. Інтертексти використовують для того, що наділити текст певним ефектом. Наприклад, у комедійних телевізійних шоу алюзії популярної культури посилаються на популярних діячів, щоб привнести іронію чи комізм у поточну сцену. «Загалом можна сказати, що алюзії *[які є частиною інтертекстуальності, про що буде йтися у наступному підрозділі – прим. А.Ф.]* використовуються через додатковий ефект або значення, яке вони привносять у текст своїми асоціаціями чи конотаціями» [30]. Інтертекст — це

ніби рамка або пристрій, що з'єднує оригінал із текстом перекладу, бо тексти не існують ізольовано від інших текстів, адже в анімаційних серіалах найчастіше можна зустріти посилання на твори літератури, музики, образотворчого мистецтва, кінематографа, на політичні та історичні події, на власні імена.

Проте інтертекстуальність охоплює не лише відсилання до вербально виражених тез, а й до реалій та явищ, які існують у певному лінгвокультурному середовищі. Загалом, інтертекстуальність будується на «сильних текстах» чи явищах, які закарбовуються в пам'яті людей через формальну освіту чи завдяки широкій популяризації. Враховуючи процес виникнення «сильних текстів», очевидно, що їх набір у кожному окремому культурному середовищі буде різним.

Не дивно, що інтертекстуальність є визначальною характеристикою анімації. Цей аудіовізуальний жанр зазнає впливу часу та оточення, створюючи світ, де буквально можна вигадати все, що тільки можна уявити. Говорячи про «Сімпсонів», Дж. Альберті коментує цю властивість так: «Мультфільми також мають творчі переваги, переваги, які визначили історію анімації. Не обмежені фізичними законами, що керують тривимірним простором, анімаційні програми можуть задіяти сотні персонажів й відбуватися в будь-якому географічному чи історичному часовому проміжку. Анімаційний телевізійний серіал, що виходить у прайм-тайм – це «мультфільм для дорослих», який живе в культурному просторі між дитячим телебаченням і програмами у прайм-тайм. Цей неоднозначний культурний простір дозволяє продюсерам і сценаристам скористатися невизначеністю щодо загальних очікувань від цього змішування дитячого та дорослого, нібито тривіального та серйозного, та надає можливість розглядати серйозні та навіть суперечливі теми «під прикриттям», ніби це «просто мультфільм» [19].

Інтертекстуальні включення реалізують кілька взаємозалежних функцій, набір яких співвідноситься з набором функцій мови, описаним Якобсоном [29]:

- Експресивна функція — добір цитат, характер алюзій є важливим елементом вираження автора, його культурно-семіотичної орієнтації,

прагматичних установок (тексти та автори, на яких посилаються, можуть бути престижними, модними, одіозними тощо).

- Фатична (контактна) функція — інтертекст орієнтований на реципієнта, який може розпізнати текстову одиницю-першотвір і адекватно зрозуміти намір, що стоїть за нею. Інтертекстуальні посилання можуть виступати як засоби, покликані привернути увагу певної аудиторії, задати їх спільну культурну пам'ять (ідеологічні, політичні та естетичні позиції).
- Поетична функція — розважальна: виявлення інтертекстуальних посилань як захоплюючої гри, свого роду розгадування судоку.
- Референтивна функція — функція передачі інформації про зовнішній світ: посилання на інший текст потенційно тягне за собою активізацію інформації, яка міститься в претексті (аналогія з метафорою).
- Метатекстуальна функція — мотивувати читача/глядача, ідентифікувати певний текст як посилання на інший текст, посилатися на текст-джерело, тобто визначати інтерпретацію ідентифікованого фрагмента з вихідним текстом (метатекст стосовно до цього фрагменту).

Отже, мета внесення інтертекстуальних посилань у переклад полягає в тому, щоб актуалізувати певні змісти, посилити комедійні інтонації та залучити певні категорії глядачів до перегляду. Інтертекстуальність стає одним із механізмів залучення глядачів до участі в творчому процесі, самостійному привнесенні додаткових смислів, а процес їхнього розпізнавання створює додаткове естетичне задоволення від перегляду.

2.2. Методологічний інструментарій аналізу інтертекстуальних елементів у цільовому тексті

Інтертекстуальні елементи розраховані не лише на достатню обізнаність глядачів в літературних творах, культурах інших націй, поп-культурі та на їхнє розуміння контексту мультиплікаційного твору, з яким вони взаємодіють в певний момент, а й безпосередньо на пам’ять глядача, що містить фіксовані

образи та спогади. Тож, базуючись на своєму суб'єктивному сприйнятті та відчуттях, глядач здатний помітити численні маркери інтертекстів у контенті, який вони переглядають, та індивідуально їх розтлумачити.

Так дослідниця інтертекстуальності К. Гриценко об'єднала наступні найбільш популярні способи відтворення інтертекстуальності в перекладі художніх творів:

- Алюзія
- Цитата,
- Епіграф,
- Примітки,
- Іронія,
- Плагіат [5].

«Донором» може бути не лише текст, а й певне явище чи реалія. Цитуючи І. Арнольда, М. І. Прокопець пише, що інтертекстуальність — це «включення в текст або інших цілих текстів з іншим суб'єктом мовлення, або їхніх фрагментів у вигляді маркованих або немаркованих, перетворених або незмінних цитат, алюзій та ремінісценцій» [14]. Така класифікація засобів інтертекстуальності є одностайною.

Проте існують й більш широкі погляди на інтертексти. Зокрема О. Рябініна додає до цієї класифікації ще два засоби — фреймові репрезентанти (своєрідні акумулятори знань, які ґрунтуються на мовних та позамовних відомостях, а також наділені стійким асоціативно-контекстуальним зв'язком із позамовними чинниками) та перифрази (інтертекстуальність котрих забезпечується до джерела породження та фонових знань реципієнтів, і в результаті відбувається не лише «відгадування» референта, а й оцінювання його в контексті матеріалу) [15].

Н. Кондратенко [10] запропонувала класифікацію інтертекстуальності, яка, правда, релевантна для модерністського та постмодерністського художнього дискурсів, виокремивши:

- Інтертекстуальну міфологізацію

- Інтертекстуальну цитацію
- Інтертекстуальну номінацію
- Інтертекстуальну алюзію
- Інтертекстуальну стилізацію

В залежності від того, як проявляється інтертекст у тексті — безпосередньо чи опосередковано, фіксовано чи динамічно — можна відрізняти і диференціювати інтертекстуальні зв'язки. Ступінь фіксованості (визначеності, локальності, необхідності) інтертекстуальних зв'язків може служити основою для подальшої конкретизації їх типології [18]:

- цитати (явна чи прихована присутність);
- ремінісценції (явне чи приховане посилання);
- алюзії (натяк); контекстуальні зв'язки («впливи»):
- запозичення, наслідування (творча залежність);
- варіації, інтерференція, палімпсест (співтворчість);
- пародія (творче заперечення);
- метатекстуальні зв'язки («повтори»):
- стереотипи (системні співвіднесення);
- архетипи (структурні співвіднесення);
- кенотипи (творчі співвіднесення).

Для класифікації інтертекстуальних елементів, помічених у аналізованому матеріалі, класифікація Т. Себеока цього явища в рамках літератури була обрана насамперед для демонстрації класичного підходу. Цю класифікацію було включено до «Encyclopedic Dictionary of Semiotics» («Енциклопедичний словник семіотики») (1986) і використано Б. Хатімом та І. Мейсоном [27] для обговорення ролі перекладача у відтворенні інтертекстуальних посилань. Себеок згадує такі типи інтертекстуальних посилань:

- Посилання, коли хтось робить посилання, вказуючи назву, розділ тощо.

- Кліше, стереотипний вислів, який став майже безглуздим через надмірне використання.
- Літературна алюзія, цитування чи посилання на відомий твір.
- Самоцитата.
- Конвенціоналізм, ідея, яка втратила джерело через повторне використання.
- Прислів'я, сентенція, яка умовно запам'ятовується.
- Медитація, або вираження власного герменевтичного досвіду ефектів тексту [27].

Ф. Шауме [23] також представив подібну класифікацію з метою застосування її до аналізу інтертекстуальних посилань **в перекладі аудіовізуальних текстів**, а саме в **дубляжі**:

- Посилання, коли інтертекстуальне посилання розкривається шляхом зазначення назви, розділу, автора тощо.
- Кліше, стереотипні вирази, які майже втратили значення через надмірне використання.
- Літературні алюзії з посиланням на відомий твір (це також може бути фільм, серіал тощо).
- Самоцитати.
- Конвенціоналізми.
- Прислів'я, або пам'ятні сентенції.
- Роздуми/медитації, або висловлювання власного герменевтичного досвіду ефектів тексту.

Більш продуктивну типологію інтертекстуальності запропонував один із засновників теорії інтертекстуальності та інтертексту Ж. Жаннетт, яку потім активно використовували у своїх наукових працях й інші дослідники. Відповідно до цієї класифікації, інтертекстуальні форми поділяються на «власне інтертекстуальні, що утворюють конструкцію «текст у тексті», паратекстуальні, метатекстуальні, гіпертекстуальні, архітекстуальні. Архітекстуальність має

найзагальніший характер, це жанровий зв'язок текстів. Паратекстуальність включає передмови, епіграфи, ілюстрації, післямови тощо. Метатекстуальність має відношення до коментування і виконує критичну функцію свого претексту. А власне інтертекстуальні елементи включають **алюзії, цитати, ремінісценції**», тобто основою виділення власне інтертекстуальності стає факт повторення того, що було сказано або написано раніше [25]. На останніх ми зупинимося детальніше.

Алюзія — це «вияв текстової категорії інтертекстуальності, прийом художньої виразності, що змістовно збагачує текстову інформацію, створюючи численні асоціації за рахунок натяку на події, факти, персонажів інших текстів», які можна назвати загальновідомими [16]. Алюзія також може функціонувати як «інструмент» перенесення властивостей міфологічних, історичних, біблійних, відомих літературних персонажів на ті, про які йдеться у вторинному тексті.

Умовно, для цілей нашого дослідження, алюзії у перекладі інтертекстуальних одиниць у анімації для дорослих можна поділити на:

- Побутові реалії
- Ономастичні реалії (антропоніми, топоніми, імена та назви персонажів, аргоніми тощо)
- Елементи суспільного життя
- Етнографічні реалії
- Історичні та політичні реалії

Цитата — це «один із виявів текстової категорії інтертекстуальності, дослівне введення до тексту фрагмента іншого тексту або висловлення» [16]. Найуживанішим способом реалізації інтертекстуальної цитації Н. Кондратенко вважає застосування чужого тексту в трансформованому вигляді – з частковими формально-семантичними змінами передтексту. Таких варіантів трансформації декілька, причому їх здебільшого поєднано в одному тексті, наприклад:

- фрагментація та заміна окремих лексичних компонентів цитати;
- зміна граматичних форм мовних одиниць, що входять до цитати;
- контамінація різних цитат;

- використання окремих компонентів, частин цитати [10].

У нашому дослідженні ми ж будемо користуватися класифікацією, яка базується на формі цитати:

- Канонічна (незмінена) цитата
- Трансформована (змінена, але яку легко впізнати) цитата

Ремінісценція — це «один із виявів текстової категорії інтертекстуальності, що полягає у введенні до певного тексту фрагментів, які нагадують адресатові події, факти, героїв, стилістичні прийоми, мотиви іншого тексту». У побудові ремінісценцій бере участь будь-який текст-першоджерело, тобто прецедентний текст, «маркери» якого є засобами, завдяки яким глядач встановлює міжтекстові смислові або структурні зв'язки. На ці маркери ми й будемо опиратися, створюючи підвиди ремінісценцій, які є актуальними для цього дослідження:

- Літературні ремінісценції
- Рекламні ремінісценції
- Ремінісценції з поп-культури
- Ремінісценції з інтернет-культури

Не зважаючи на те, що спроби створення універсальної класифікації інтертекстуальних елементів були неодноразово в роботі різних дослідників, а проведені дослідження та запропоновані класифікації внесли великий вклад у розвиток теорії інтертекстуальності, очевидно, що внаслідок багатогранності цього явища майже неможливо створити таку класифікацію інтертекстуальних елементів, у якій знайшли б відображення всі їхні аспекти. Для зручності проведення дослідження перекладу мультфільмів для дорослої аудиторії було обрано три основних компоненти інтертекстуальності, які базуються на інтертекстуальних маркерах Ж. Женетта. Це зумовлено тим, що, на нашу думку, така класифікація вбирає в себе всі основні суттєві особливості інтертекстів та є найчастотніше представлена у матеріалі, який аналізуватиметься.

2.3. Інтертекстуальні елементи та культурні контексти оригіналу й перекладу.

Отже, будь-який художній текст є інтертекстом за визначенням, при цьому жоден текст не пишеться під переклад, він розрахований на носія мови, особливо якщо такий текст є сатирою на суспільство, як часто буває у мультсеріалах з віковим обмеженням. Тому першочергове завдання перекладача подібного аудіовізуального твору – розплутати таку «павутину» культурних кодів, прихованих і явних цитат та алюзій в оригіналі, інтерпретувати їх, відшукати можливі відповідники, що спрацюють у культурі перекладу та відтворити все на матеріалі цільової мови. Теоретично, місія видається майже нездійсненною, проте абсолютно обов'язкова на практиці. Адже вилучення чи спотворення будь-якого інформаційного уривку через перекладацьке нерозуміння інтертекстуальної складової неминуче призведе до порушення цілісності тексту перекладу.

Відтак, сучасні мовознавці та перекладачі не перестають шукати відповіді на питання чи потрібно адаптувати інтертектуальність оригіналу, тобто замінювати певні національні та індивідуальні інтертекстуальні знаки оригіналу іншими знаками, що зв’язують текст перекладу із текстами приймаючої культури, чи можливо, користуючись «прийомом відчуження», варто зберегти культурну дистанцію між автором і глядачем. Транслювання тексту в іншу культуру чи літературу є складним процесом, який привертає увагу сучасних дослідників. Л. Грек [4] дослідила інтертекстуальність як проблему перекладу (на матеріалі англомовних перекладів української постмодерністської прози). Дисертантка вважає, що спосіб перекладу інтертекстуальних одиниць залежить від їх належності до однієї з культурних «енциклопедій» (національна та індивідуальна) й окреслює три шляхи:

- точного відтворення лексичного матеріалу з коментарем;
- підбору функціонального аналога в культурі-реципієнті;
- експлікації змісту усічених інтертекстуальних одиниць.

Ще одну концепцію перекладу інтертекстуальності пропонує С. Холтуіс, який розрізняє такі види інтертекстуальних інтерпретацій [28]:

- інтертекстуальність, що інтерпретується з перспективи авторських намірів та можливих знань (author–oriented intertextual interpretation);
- інтертекстуальність, що інтерпретується з перспективи можливих читацьких асоціацій (reader-oriented intertextual interpretation);
- інтертекстуальність, що інтерпретується з перспективи самого тексту та його властивостей (text-oriented intertextual interpretation).

На нашу думку, безсумнівним є те, що перекладі орієнтація на глядача є домінантою (як і збереження комунікативної мети тексту), і тому ми погоджуємося з думкою С. Басснет [22] щодо культурних елементів: «акцент у перекладі робиться на читача або слухача, і перекладач повинен звертатися до тексту МО (мови оригіналу) таким чином, щоб версія МП (мовою перекладу) відповідала версії МО».

Завжди існує причина, авторський задум, введення інтертекстуальних елементів у оригінал, і перекладачі повинні мати інструменти для виявлення інтертекстуальності та вміти відтворювати такі посилання, щоб нова цільова аудиторія була на рівних з вихідною. Намір та ідеї, що лежать в основі інтертекстуальних посилань, повинні бути присутніми і в новому тексті, щоб цільова аудиторія відчула ті ж емоції, що й вихідна. Гумор, наприклад, може бути однією з таких причин. Якщо аудиторія оригіналу повинна сміятися у певному місці з певних причин, то такий же ефект потрібно створити і для аудиторії перекладу. Навіть є практика в офіційному дистриб'ютингу кіно, коли спеціальний «ревізор» приходить на сеанс і спостерігає за реакцією глядача на тому чи іншому моменті. Цей агент може не знати української, але у нього розписані тайм-коди, по яких він орієнтується [6].

Українська вчена-лінгвістка Л. Андрейко відокремлює способи перекладу алюзій, цитат і ремінісценцій, запропоновані П. Торопом [1]. Зазвичай алюзії відтворюють способом вільного перекладу, залежно від того, наскільки перекладач зрозумів загальний смисл, поданий у тексті-джерелі. Цитати, які

наводять самі персонажі роману, повинні бути відтворені повною мірою, зі збереженням еквівалентності, де це є можливо. Натомість ремінісценції радять перекладати з урахуванням стилістичних особливостей, які, у свою чергу, можна перекласти способом вільного перекладу [1].

Також, основна теза Р. Леппігальме полягає в тому, що переклад алюзії залежить передусім від її функції у конкретному контексті і має відтворювати цю функцію в цільовому тексті. «Визначення функції [алюзії] – важливий крок до вирішення того, яка перекладацька тактика буде найвідповіднішою для конкретної алюзії» [29]. Такого самого висновку доходить і О. Копильна: «Головна умова при відтворенні алюзій – збереження в тексті перекладу їхніх стилістичних функцій у відповідній комунікативній ситуації, що забезпечує адекватність перекладу» [11].

Однак, не всі інтертекстуальні включення можна зберегти в перекладі. Щоб досягти рівності комунікативного ефекту, інтертекстуалізми, які мають національно-культурну специфіку, слід адаптувати. Ньюмарк [34] коментує, що «зазвичай перекладач може трактувати культурні терміни більш вільно, ніж інституційні терміни», і додає, що «оскільки мало що можна пояснити глядачеві, то культурні терміни, найімовірніше, перекладуть чи віднайдуть культурний еквівалент саме у п’єсі, ніж у художній літературі». Це останнє твердження видається цікавим, адже його можна застосувати до анімаційної продукції для дорослої аудиторії. Українська авдиторія навряд чи вповні осягне виступ американського стендап-коміка чи особливості графства у Великобританії, а іноземна авдиторія не зрозуміє, чому цитату «Життя — цікаве, і мотивація то є сильна: філософія, психологія...» знають майже всі користувачі українського інтернету, фраза «Кізяков стаканчик навалив пацанчик» викличе ностальгію у дітей нульових, і чому собак джек-рассел-тер'єрів більшість називає псом Патроном.

Крім того, слід підкреслити, що у випадку анімаційної продукції перекладач може втручатися в текст, робити його більш зрозумілим для аудиторії, спрощувати його, вилучати інформацію або навіть змінювати

культурний контекст [36]. Раніше зазначені принципи інтертекстуального перекладу — reader-oriented та text-oriented — можна ототожнити з відомими «одомашненням» та «очуженням», про які вже йшла мова у попередньому розділі. У результаті вибору перекладачем першого з названих принципів оригінал препарується таким чином, що всі «чужі» цінності та символи зникають й оригінальний текст стає невидимим для глядача. У другому випадку текст оригіналу зазнає мінімальних змін, отож глядач навіть у перекладі бачить перед собою оригінал і сам мусить сягнути його смислів.

На наш погляд, культурна адаптація є таким способом перекладу, при якому здійснюється пошук текстової відповідності, яка виконує подібну з оригіналом функцію, відтворює інтенцію автора/творців мультиплікації для дорослих, а також викликає у глядача перекладу подібні до глядача оригіналу асоціації, адже головне — ефект, який створюється, а не форма, якщо це не спотворює сюжетну канву.

Висновки до розділу 2

Отже, хоча концепція інтертекстуальності походить від літературознавства, зараз вона широко застосовується в різних дотичних дисциплінах. Інтертекстуальність, що виступає як використання поетики того чи іншого твору у структурі іншого, є характеристикою та специфічною властивістю мультиплікаційного дискурсу. Оскільки зрозуміло, що аудіовізуальний текст є історичним і соціально-культурним продуктом, культурне підґрунтя будь-якого лінгвістичного вираження неминуче формує його та викликає культурні явища, значна частина яких буде залишатися невідомою для потенційного іншокультурного глядача мультиплікації з недитячим змістом. Включення до структури тексту анімаційного твору алюзій, цитат та ремінісценцій не тільки сприяє встановленню контакту з глядачем, але й розважає його, привертає його увагу та передає інформацію про навколишній світ. Інтертексти виконують в анімаційних фільмах різні функції: починаючи від

створення підтексту і закінчуючи оцінно-характерною й тим, що завдяки ним можна створювати та розвивати сюжет; також присутня комічна функція, що іронічно знижує пафос дійства та сприяє створенню пародійно-ігрового ефекту.

Перекладач вирішує проблему збереження інтертекстуальних елементів оригіналу в тексті перекладу і намагається з'єднати інтертекстуальний простір, який обслуговує джерело і сприймаючу культуру, тобто джерело і текст перекладу.

Прояв інтертекстуальності пов'язаний із включенням фрагментів, образів, мотивів та ідей претекстів чи прецедентних текстів у канву кінотекстів анімаційної продукції. Такі включення умовно можна поділити на три види: цитати, алюзії та ремінісценції, причому межу між останніми двома видами прецедентних текстів важко визначити. Наявність прецедентних текстів створює широке інтертекстуальне поле та робить аудіовізуальний твір багатоплановим та цікавим для різновікової аудиторії. Обираючи спосіб перекладу прояву інтертекстуальності в аудіовізуальному тексті, перекладачі зазвичай обирають одну з двох загальних культурологічних перекладацьких стратегій, які є засобами адаптації: доместикації (одомашнення) та форенізації (очуження). Одомашнення передбачає спрямування перекладацької діяльності на адаптацію тексту-джерела до потреб цільової культури з метою скорочення культурної дистанції, відтворення комплексу схожих асоціацій. Вибір стратегії доместикації мотивують бажанням адаптувати і створити текст перекладу, який і сприйматиметься так само просто, як і тексти культурного простору оригінального реципієнта, хоч подібну стратегію приймають далеко не всі глядачі та дослідники.

РОЗДІЛ 3. Інтертекстуальні елементи в українських перекладах сучасних англомовних анімаційних серіалів для дорослих

3.1. Аналіз інтертекстуальних елементів у перекладах сучасної анімації для дорослої авдиторії

3.1.1. Порівняльний аналіз вихідного й цільового кінотексту мультсеріалу «Збіса Бос» та «Готель Газбін»

Дії мультсеріалів **«Helluva Boss»** та **«Hazbin Hotel»** відбуваються в одному всесвіті, у них одна і таж авторка — Вів'єн Медрано (Vivziepop), обидва серіали є мюзиклами-комедіями, але вони розповідають про різні «рівні» демонів.

У першому йдеться про Чарлі, принцесу Пекла, та її прагнення відкрити готель для реабілітації грішників. Пекло страждає від перенаселення, і для вирішення цієї проблеми сили Раю проводять щорічні чистки, винищуючи нижчих у демонічній ієрархії жителів Пекла. Чарлі, яка народилася і виросла в Пеклі, хоче знайти альтернативне рішення без масової бійні. Вона відкриває готель, мета якого — навчити демонів і грішників ставати кращими, щоб вони «виправлялися» і підносилися до Раю. Однак практично ніхто не сприймає цей задум серйозно, всіляко висміюючи благородну ініціативу, а часом і заважаючи втілити її в реальність.

Другий мультсеріал оповідає про організацію Б.І.С. (Бюро Ідеальних Страт), який займається помстою живим людям від імені грішників, звісно за ваші гроші, бо наші герої можуть отримати доступ до світу звичайних людей. «Збіса бос» є більш епізодичним мультсеріалом, показуючи щоденні пригоди бісів за допомогою такого ж безладного та чорного гумору та чудової динаміки взаємин між персонажами.

*А) «Hazbin Hotel»/«Готель Газбін» (2019/2024-...) (дубляж від студії **Lifecycle**)*

- Алюзії

1. Побутові реалії

Часто для того, щоб підсилити жарт оригіналу, використовують конкретні побутові реалії. Наприклад, *«Not me. I have to go home and study» — «Не куплю, мені час йти вчити абетку», «Oh, look, the drunk sobered up long enough to judge us» — «Ти диви! П'янчужка день сливу не залив і вже засуджує нас»* (один із наслідків алкоголізму, на яке страждав Гаск, — розростання шкіри на носі, він робиться безформний, синій, як слива; тому ця алюзія-порівняння є досить влучною).

2. Ономастичні алюзії

Досить багато онімів є культурно прив'язаними до нації, яка створює певний продукт. Так от і певні стереотипи прив'язують до імен, які розповсюджені на території країни: *«I've named all the stains on the carpet. That one's Fred» — «Я дала імена всім плямам на килимі. Оце Васька»*. Це приклад адаптації, адже майже усі імена персонажів звучать незвично навіть для англомовного глядача (Sir Pentious, Princess Charlotte Morningstar, Vox, Cherri Bomb, Zestial тощо), а Фред — чи не найбільш популярне ім'я в США, тож і для українського глядача воно не має звучати «іноземно», бо жарт має зіграти.

Деякі ономастичні терміни просто невідомі для цільового глядача, тому перекладачі вдаються до комбінованої реномінації *«We need someone who Little Miss Bleeding Heart would take in» — «Нам би зараз когось, кого б ця Мати Тереза без роздумів прийняла»*. За словником Мерріам-Вебстер, «bleeding heart» використовується для опису того, хто виявляє надмірне співчуття до чужого нещастя. Таку фразу використовують, коли хочуть образити більш ліберальних політиків. До цього термін з'являвся в літературі, описуючи щирий емоційний вилив, навіть є асоціація із серцем Ісуса Христа. В контексті цю фразу каже про Чарлі демон Вокс, який намагається дізнатися більше про готель «Газбін», адже в ньому знаходиться його заклятий ворог, Аластор, тому посилає туди шпигуна. Чарлі як Принцеса Пекла дуже незвично добра для такого місця, тому її не сприймають серйозно інші співвітчизники. Вокс є прикладом цього, адже він один із трьох хазяїнів великого конгломерату, йому чистки ангелів точно не

загрожують. *Bleeding Heart* буде досить незрозумілим, навіть якщо використати буквальний переклад, тому для більш яскравого образу використали образ Мати Терези, який для багатьох людей є образом доброчинності.

3. *Елементи суспільного життя*

Для того, щоб наблизити глядача до того, що відбувається у кадрі, і адаптувати певну гру слів, використовують часто заміну на реалію, що більш знайома цільовому глядачу, тому така адаптація викликає емоції. До прикладу, *«What do you want? — Simple. You work for me again and at the hearing you're going to help me shut this kindergarten snowflake bullshit down for good. — Never. — Oh, yeah. You know, that's totally cool. I guess I'll just tell little miss butterflies and rainbows that she's been fucking someone who's killed thousands of her people» — «Чого ти хочеш? — Ти знову працюєш на мене і на слуханні допомагаєш назавжди закрити той й**аний дитсадок «Веселка» для грішників. — Ніколи. — А, ясно. Слухай, це не проблема. Гадаю, я просто скажу міс-сру-веселкою, що вона шпекається з тією, що вбила тисячі її людей»*. Адам (один з архангелів, який в минулому був прародителем людей) використовує в оригіналі слово *snowflake* (скорочення від *Generation Snowflake*) — принизливий сленговий термін для позначення людей, які дуже вразливі емоційно, погано витримують будь-які навантаження і сприймають чужі погляди, відмінні від власних, як персональне приниження. Він хотів таким чином образити молоду Чарлі, ідею про готель якої він вважав інфантильною, тому він прийшов до ангела Верті, бо та була дівчиною принцеси Пекла і ніби могла вплинути на неї. Перекладачі теж вирішили наголосити на ось цій інфантильності, тому використали сталий вираз з *«дитсадок».* Дитсадок «Веселка» і справді існує в Україні і не один, але «веселку» використали не стільки заради ономастичної реалії, а заради компенсації гри слів в наступній відповіді, щоби зберегти ефект.

По такому ж принципу було зроблено адаптацію, але з використанням синонімічного відповідника, який є більш універсальним, задля досягнення повного розуміння цільовою аудиторією: *«Банківську систему створили масони,*

щоб дурити звичайних людей» — «Bank accounts are a scam created by the shadow government».

Кумедна і зрозуміла українській глядачеві зміна відбулася також у *«Згідно словника Бусела В. Т., спокута визначається як...» — «Webster's Dictionary defines redemption as...»*. Вебстерський словник знайомий в основному тим, хто вивчає англійську мову на просунутому рівні, чи тим, хто займається філологією. Навіть якщо глядач і впізнає посилання, то відбувається дисонанс: персонажка говорить українською (це дубляж, тобто англійської доріжки навіть хоч трошки не чутно), а для тлумачення понять використовує англомовний словник. Навіть графічні складові були змінені на українські вставки [2] (див. Рисунок 3): кожне слово із зазначенням родів і тлумаченням справді із словника Бусела. Наприклад, «СПАСІННЯ, -я, с. 1. розм. Дія за знач, спастй 1 і спастйся 1. 2. розм. Можливість врятувати кого-, що-небудь або врятуватися; вихід із небезпечного, скрутного становища; рятунок, порятунок. // Те, що рятує від чого-небудь. 3. За релігійними уявленнями - рятунок од вічних мук у загробному житті. // жарт.»

Рисунок 3. «Готель Газбін» (6 серія 00:09:11)

Також задля компенсації деяких лайливих виразів використовують порівняння, в якому є посилання: *«Не буду я виступати перед вами, як кінь цирковий» — «I'm not about to put on some show for these fucking chumps»*.

Як вже було зазначено, цей мультсеріал — мюзикл, тому графіку та написи часто використовують задля посилення аргументації. Так от у п’ятій серії Люцифер, правитель Пекла і батько Чарлі, завітав до готелю своєї доньки. Там він зійшовся у пісенній «дуелі» з Аластаром щодо того, хто ж її справжній помічник. Аластор в цьому моменті співає у перекладі: *«Кажуть, якщо треба допомога — іди шляхом простішим якомога!»* Ми бачимо, як на Чарлі навалюються книги з різними написами (responsibility, leadership, stress) (див. Рисунок 4) — це ніби те, чого їй не вистачає чи те, що на неї «тисне» у вирішенні проблеми перенаселення Пекла. Наші перекладачі ж зробили так, ніби це справжні нон-фікшн книги, які Чарлі мала б прочитати, щоби навчитися цьому. Аластор ж тут переконує її, що це зовсім необов’язково, адже у неї є він, який вирішить усі проблеми з легкістю. Позаяк це ніби референси на нон-фікшн книги чи на курси на кшталт «успішний успіх», то маємо у перекладі стереотипні впізнавані назви таких книг.

Рисунок 4 «Готель Газбін» (4 серія 00:08:45)

- Ремінісценції

1. *Рекламні ремінісценції*

Бачимо, що однією з особливостей Аластора є «голлівудська усмішка», яка ніколи не зникає з його обличчя, тому перекладачі вирішили також зберегти натяк-жарт на це із використанням назви бренду зубної пасти: *«Uh, so, uh, what's the deal with smiles over there?» — «То хто цей амбасадор Лакалут?»*

2. *Літературні ремінісценції*

Зазвичай при перекладі пісень у дубляжі користуються перефразуваннями, тобто виходить пісня про пісню, бо просто неможливо перекласти буквально так, щоб її потім можна було наспівати. Головне, щоб загальний сенс пісні не втратився та щоб вербальне не суперечило візуальному. *«Маєш мету до цих земель/Це дурість, та принести свій готель./Такий він один, як бал у Сатани» — «You have a dream/ You wish to tell/ And it's just laughable/ But hey, kid, what the Hell?/ 'Cause you're one of a kind/ A charming demon belle»*. У цьому уривку ми бачимо, що фокус з Чарлі змістили на її готель, що був для неї архіважливим. Також ми помічаємо ремінісценцію на епізод роману М. Булгакова «Майстер і Маргарита».

«Це воно… мій магнум опус… Узріть моє творіння! Скажена-кайфово-шалена-качка-трюкачка!» — «That's it. Almost there! Now presenting... the magic-tastical backflipping rubber duck!» Magnum opus з латини в мистецтві означає найкращу, найбільш амбітну роботу письменника, художника чи композитора. Це дуже личить контексту мультсеріалу, адже Люцифер був неймовірним винахідником та ідейником, завжди цікавився всім, тому його і вигнали з Раю.

3. *Ремінісценція з інтернет-культури*

Проблема з грою слів завжди буде чи не найскладнішою, як от в цьому випадку. *«Чарлі, у тебе що, «Готель без змін»? — Ха-ха-ха, це ви на що натякаєте? — Ха-ха, що ти не на часі!» — «I guess that's why Charlie called it the 'Hazbin' Hotel! Hahaha. — Ha ha ha! It was actually my idea. — Ha ha ha! Well, it's not very clever!»* Hazbin = has been, що означає в контексті, що хтось пройшов свій пік популярності чи ефективності. Люцифер грайливо вказує на це в назві

готелю, натякаючи при цьому на Аластора, який, нагадуємо, є радіо-демоном, тобто демоном пристрою, що вже вийшов з ужитку і перестав бути потрібним. У дубляжі цей жарт досить просто адаптовано з використанням майже що мему «не на часі», але головне — локалізатори змогли зберегти сенс та ефект оригіналу.

4. Ремінісценція з поп-культури

«Привітулі, Вагізавр Рекс!» — «Hey there Vag-asaurus!» Це досить складна гра слів, адже це посилання на назви динозаврів (Brachiosaurus, Spinosaurus, Stegosaurus тощо). У дубляжі цей момент добре адаптований. В дубляжі згадується відомий тиранозавр Рекс з книги «Парк Юрського періоду» Майкла Крайтона, який здобув світову популярність завдяки однойменному фільму Стівена Спілберга 1993 року. Тут можна простежити, що форма не залишається, але сенс гри слів й ефект від неї зберігається, що й є головною метою.

- Цитати

Один із найлегендарніших українських мемів є запис невдалих дублів ролика передвиборчого кандидата на пост міського голови Харкова Михайла Добкіна і його розмова з Генадієм Кернесом. Багато крилатих фраз розлетілося інтернетом, а деякі з них все ще цитують. Так от в мультсеріалі у четвертій серії, коли роздратований Валентино наказав перезняти відео, то замість фрази зі звичайною лайкою *«Well, let's take this shit from the top» сказав «Міша, все ху**я, давайте наново»*. Ситуації були схожі, тому цей жарт і вставлення інтертексту є доречними та дотепними, тобто цитата навіть посилює гумористичний ефект у перекладі.

Інший приклад цитацій є для найбільш уважних, адже він адаптований на екрані рухомим рядком (див. Рисунок 5), який швидко треба читати, але він не дублюється, бо в цей момент говорять ведучі новин. В оригіналі ми спостерігаємо просто набір ненормативної лексики, який майже ніяк не впливає на глядачів, бо це остання серія сезону, тобто вони вже звикають до цього потоку лихослів'я. А от в українській локалізації вирішили цей момент винести на вищий рівень, адже тут йде посилання на фрази Бєлкіна та Новака, незмінних українських коментаторів реслінгу WWE, популярність якого в Україні зазнала

розквіту на початку 2007-2010-х років. Багато з цих цитат ставали теж крилатими, школярі справді користувалися ними, тому це власне таке «підморгування» українським глядачам «Готелю Газбін» в дубляжі Lifecycle, адже можна припустити, що більшість людей, які дивляться подібні мультсеріали для дорослих, в минулому теж дивилися попередників цієї категорії в озвучці/дубляжі від каналу QTV, на якому і показували реслінг з українськими коментарями.

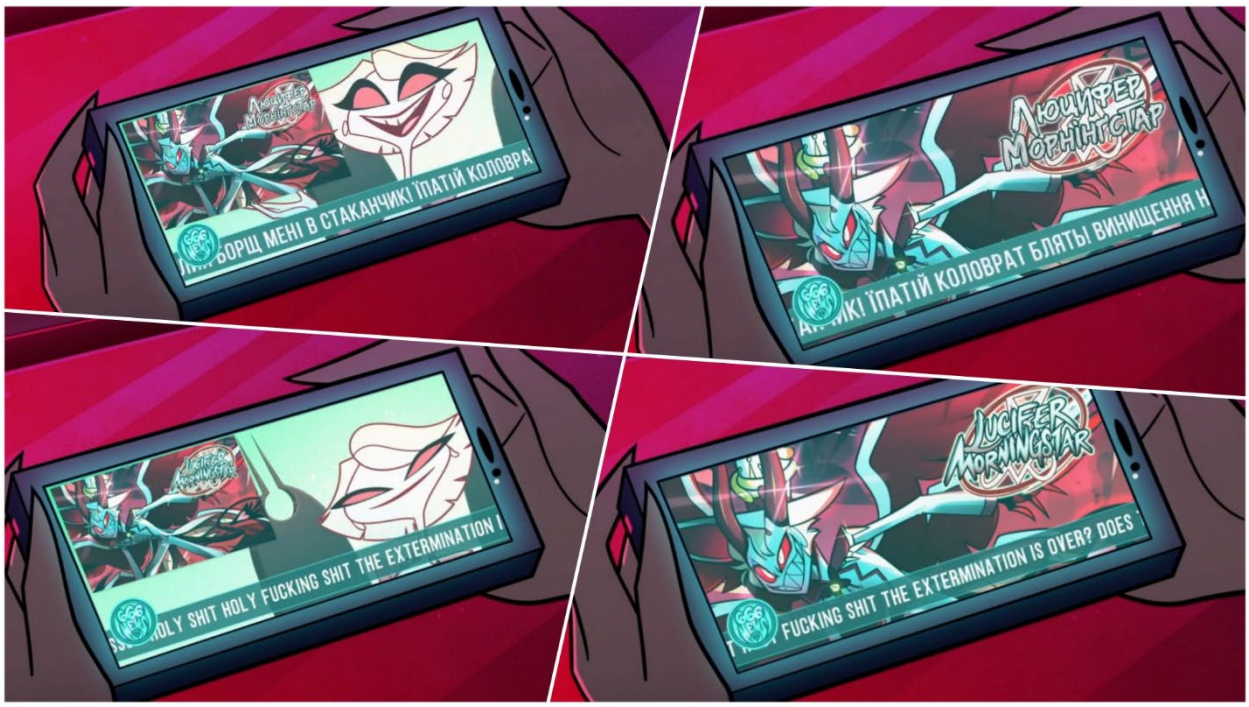

Рисунок 5 «Готель Газбін» (8 серія 00:17:30)

*Б) «Helluva Boss»/«Збіса Бос» (2019-...) (озвучення від **MariamProject**)*

- Алюзії

1. Ономастичні реалії

У озвученні досить часто адаптуються імена зірок та знаменитостей, адже далеко не всіх український глядач знає і пам’ятає. Така адаптація трапилася ось тут: *«А який з нею був секс? — Міллі! — Що?! Це ж поп-зірка. Ти ж хотів би знати, як кохається Мих-Мих Поплавський» — «What was sex with her like? — Millie! — Whaaaat?! It's a pop star! You’d wanna know what sex with Michael Crawford was like»*. Річ у тім, що Моксі — страшенний фанат мюзикла «Привид опери»; це можна прослідкувати по таким великодкам (англ. Easter egg — якесь

повідомлення або послання від творців мультсеріалу, заховане всередині контенту; найчастіше це якась відсилання до іншого фільму, книги, пісні або комп'ютерної гри, якої надихалися творці при створенні свого продукту) як постер у рамці у спальні з маскою та трояндою, фото з кінотеатру, у яке він пішов разом з Міллі, а там на світлині були відра для попкорну з тими же атрибутами мюзиклу, також у нього на рингтоні стоїть мелодія зі звуками органу. Майкл Кроуфорд став першим, хто виконав роль Привида в мюзиклі Ендрю Ллойда Веббера. Зрозуміло, що Моксі обожнює його, тому Міллі згадує його, коли аргументує, чому поставила таке доволі провокативне запитання. Проблема в тому, що культура мюзиклів/Бродвею у нас відсутня, тобто зірок Бродвею ми знаємо максимум десять, і тільки тому що вони грали ще в кіно. Саме тому перекладачами було вирішено, що варто замінити на щось більш зрозуміле і смішне. Так, таким чином ми втрачаємо пласт інформації про героя, бо він музикант, може грати на різних інструментах, ходить в одежині, що схожа на фрак тощо, але це більше деталі, на основний сюжет воно ніяк не впливає.

Звісно ж, як і в «Готель Газбін», ми тут зустрічаємо гру слів, але ця заснована на алітерації, тому це було пріоритетом в локалізації: *«Кажу-кажу, ви шукаєте роботу з виробництва божевільних винаходів і дурних засобів? Що ж, дзвоніть тоді Веселому Ваньку Васильченку на фабрику «Веселих ідей»…» — «I say I say are YOU looking to get work making crazy contraptions and goofy gadgets?! Well! Call me! At Wacky Wally Wackford's Wacky Idea Factory…»*

Стереотипні імена і в цьому мультсеріалі використовують для кумедного ефекту: *«Він такий Вася! От бешкетник!» — «Oh that Derek! What a riot!»*

Деякі ж адаптації були, на нашу думку, неуспішними як-от *«Рахів, кажеш? У мене підлегла звідти» — «Wrath, huh? My employees are from there», «Моїм щорічним обов'язком є показувати його в Раховому кільці» — «It's been my annual duty to showcase it in the ring of wrath»*. Зрозуміло, що перекладачі пішли за фонетичним шляхом (/rɑːθ/), тому одне з кіл Пекла, Гнів, було змінено на Рахів, що є посиланням на місто на заході України, але це повністю змінює світобудову авторки. Моллі якраз була з цієї місцини, тому у неї і бувають спалахи гніву.

2. *Елементи суспільного життя*

Мережі супермаркетів — дуже важлива частина життя будь-якого суспільства, бо ми там проводимо багато часу за вибором їжі. Крім цього, за ними закріплюються і певні стереотипи: *«Це мій природний колір. — Ага, розказуй. Таку халтуру роблять за п'ять баксів у нас в переході за Сільпо» — «It's uuuuh... Natural? — Ahah! Yeah, you wish. That botch job looks like it cost five bucks in an alley behind Walmart»*. У цьому випадку перекладачі застосували одомашнення, бо хоч частина глядачів і знає, що таке Волмарт, але емоцій він у нас не викликає, а от Сільпо — так.

Досить часто згадують назви університетів, які треба адаптувати. На цьому кадрі (див. Рисунок 6), наприклад, ми бачимо, що Cinephile University (який насправді існує) змінили на більш знайому реалію:

Рисунок 6 «Збіса бос» (2 сезон 2 серія 00:09:17)

3. *Історичні та політичні реалії*

Для адаптації характеризуючих звертань можуть використовувати історизм, який також має певну асоціацію: *«Та пам'ятай, на кону повага рідних*

дружини… Вперед, козаче!» — «Now, just remember, your rep with the in-laws is on the line here… Go get them, tiger».

У цьому прикладі ми яскраво бачимо, що навіть переклад не поза політикою і може демонструвати політичні погляди: *«Маю за честь представити особу… з ким не зрівняється навіть олімпійці, з янгольським голосом, з акробатичним талантом 12-річної москальки в балетному рабстві…» — «I am very proud to introduce to you someone with abilities never before seen on this Earth, someone with the raw athletic skill of an Olympian, the voice of an angel, technique of an indentured twelve-year-old Russain ballerina…»* Простежуємо, що нейтральне *«twelve-year-old Russain ballerina»* замінили на *«12-річної москальки в балетному рабстві»*, у якому є злегка зневажливе забарвлення, але воно не є лайкою чи підкреслено презирливою назвою, але в інших культурах воно може розглядатися як слюр або мова ворожнечі.

Щоби локалізувати серенаду Моксі, використали міжмовну конотативну транспозицію. *«Я кохаю тебе, Міллі. Кохаю, як любить бомбити байрактар» — «I love you, Millie. I love you more than the brimstone loves the fire»*. *Brimstone* перекладається як сірка, тому логічно, що сіра і вогонь вступають у хімічну реакцію, яку Моксі використовує як метафору задля описання своїх почуттів, але є ще ракета Brimstone, яка була розроблена для британських Королівських Повітряних Сил. Можливо, саме цей онім перекладачі використали як натхнення і адаптували на турецький Байрактар, бо переклад виконували у 2022 році, коли ці реалії були актуальними в інфопросторі.

4. *Побутові реалії*

Хоч в нашому просторі і побутують м’ятні льодяники, ця повна назва не вкладалася б в таймінг ліп-синку: *«То він нюхнув купу перетертих аскорбінок і переконував нас, що він вгашений» — «So he snorted a whole line of ground up mints, and tried to convince us he was high»*. Саме через проблему вкладання таймінгу і використали коротше «аскорбінка», та і ця реалія краще відтворює гумористичний ефект.

5. *Етнографічні реалії*

Ще один приклад, коли нейтральне висловлення замінюється на комічніше, через що глядач усміхнеться хоча б одним кутиком вуст: *«Я люблю коней, цуциків, спортивні тачки, борщ…» — «I like horses, puppies, fast cars, jewellery…»*

- Ремінісценції

Ремінісценції з інтернет-культури

Політичні меми дібралися і до цього мультсеріалу, хоч це і зовсім інше озвучення: *«Тож мирного рішення не буде?» — «So we're doing this, huh?»* Так, на мою думку, рішення щодо такого перекладу будується на тому, що фотографія П. Порошенка з ножем та фразою «Мирного рішення не буде» знову стала популярною в інтернеті, зокрема на платформі Тік-ток. Таким чином перекладачі намагаються викликати емоції у цільового глядача, разом із тим така зміна була доречною для контексту: Моксі намагався пояснити і домовитися з демонами-ковбоями, яких вони зустріли на заправці, щоб не було конфлікту. Ті не захотіли йти на «перемир'я», тому Моксі каже цю адаптовану фразу і вступає в бій.

3.1.2. Порівняльний аналіз вихідного й цільового кінотексту мультсеріалу «Нетутешні»

Мультсеріал **«Нетутешні»/«Solar Opposites»** був створений Джастіном Ройландом та Майком МакМаганом, які також і розробили «Рік і Морті», але за основу вони взяли інший концепт. Якщо «Рік і Морті» — це історія про «звичайних людей в незвичних обставинах», то «Нетутешні» навпаки — «незвичайні герої в звичайних обставинах». Бо у центрі сюжету опиняються прибульці, які рятуються втечею з рідної планети, що була знищена астероїдом. Їхній корабель терпить аварію на Землі, і тепер іншопланетяни повинні вдавати людей. Незнайома цивілізація викликає у них багато питань, але їхнє головне завдання — уберегти живий комп'ютер Пупку, який після еволюції поглине все навколо. Нескладно зрозуміти, що творці намагаються обіграти формулу

класичного ситкому, адже існує доволі багато серіалів, де сім'я переїжджає в якусь незнайому для них країну, особливо США, і вони намагаються ужитися з порядками, правилами, звичаями (Kim's Convenience, One Day at a Time, Fresh Off the Boat, Bordertown, ALF тощо), тільки цього разу головні герої — прибульці. Корво терпіти не може людей, як і вони його. Що стосується Террі, він звик до нового життя і просто отримує від нього задоволення. Юм'юлак теж не може порозумітися з людьми і зменшує в розмірах тих, хто ображає його, щоб надалі займатися їх дослідженням у своїй лабораторії. Джессі, у свою чергу, хоче бути такою самою, як і її однокласники. І в цьому криється джерело успіху «Нетутешніх»: автори знайшли спосіб, у який можна поєднати просту сімейну комедію з грандіозним науково-фантастичним видовищем.

3 сезони озвучувала команда **AdrianZP**.

- Алюзії

1. Побутові реалії

Основною ідеєю мультсеріалу є те, що прибульці намагаються звикнути до звичайного життя американців, але багато з цих реалій українському глядачеві або незнайомі, або недостатньо зрозумілі, тому перекладачі вдаються до адаптації. У першій же серії можна простежити подібне: *«Понаїхали тут! Летіть на свій Уран!» — «E. T. sucks. Go back to Uranus»*. Так, «E.T.» відомий у нас дитячий фільм, але назва перекладена як «Іншопланетянин», тобто глядач все одно не впізнає посилання, адже в цій сцені діти-школярі намагаються «виперти» прибульців зі школи, тому і цькують їх, використовуючи референс. Перекладачі ж вирішили компенсувати це сталим виразом, яке є расистським, але ідеально вписується в контекст епізоду. Ще одним натяком на алюзію чиєїсь національності було використано у такому випадку: *«Я, по-твоєму, схожа на ворожку? Позолоти ручку» — «What do I look like, a fortune teller? Marone»*. Образу *marone* замінили на фразу, що пов'язана з попереднім реченням про ворожку, щоб посилити жарт.

Ройланд та МакМаган люблять руйнувати четверті стіни, але це доволі важко локалізувати. Наприклад, *«Що сталося, малече? Хтось нарешті помітив*

твій наддніпрянський акцент, хоч ти сама із космосу?» — «Did someone finally notice you have a Minnesota accent even though you're from outer space?» Штучний розум Аіша намагався заспокоїти Джессі у характерній для неї саркастичній манері, але річ у тім, що Мері Мак, оригінальна акторка озвучення, яка є голосом Джессі, і справді з Міннесоти, але в озвученні ми не чуємо цього через українську звукову доріжку, тому замінили на наддніпрянський діалект, щоб зберегти ілюзію пробиття четвертої стіни.

Ще однією перепоною в досягненні такого ж ефекту є різна їжа, тому використовують одомашнення: *«Герцог каже, що ти не заплатив податок Скітлз. — Я зміг знайти тільки барбариски» — «The Duke says you're late on our Skittle tax. — All I could find was a Junior Mint», «Фу, смердить, як вода від пельменів. — Від пельменів так сильно не верне» — «Ugh, it smells like hot dog water. — Hot dog water never backs you up that bad»*.

2. *Елементи суспільного життя*

Як і в аналізі попередніх мультсеріалів, в «Нетутешніх» згадуються різні мережі супермаркетів, які в перекладі одомашнюються заради розуміння глядачем: *«Ми тут йдемо пожертвувати пляшку просеко і дошку для брейк-дансу. У Сільпо, ясно? Це все» — «Oh, hey, we're just gonna donate this bottle of prosecco and breakdancing board to... to Costco, okay?», «Ти звалив у Діснейленд? — Що? Ні. Я був… Та це з Сільпо. — Я знаю, що їх там не продають. — В онлайні є. Чорна п'ятниця на електронці. — Гівно. Мабуть, потрапила у спам. Дурна пошта Укрнету» — «Did you abandon your post and go to Disneyland? — What? No, I was... I got these at Target. — I know for a fact they don't sell those at Target. — Online they do. Black Friday deal, got an email. — Dammit, it probably went to my spam. Fucking Hulumail sucks», «Стривай. Чуєш, в старому житті я працював у «Цитрусі», але тепер замість того, щоб брехати і обманювати, я хочу допомагати» — «Wait up. Hey, in my old life, I worked at Best Buy. But now, instead of constantly lying and ripping people off, I want to help them», «Дистопічні провоохоронці не вписуються в мій мотив! — А як щодо магазинчику АТБ? Регіональний варіант, поки Сільпо — це занадто. — Забери це паскудство. Моє*

місто надто вишукане для АТБ. — У них чудова промо-акція на крильця! Звісно, не розфасовані в роздріб, зате гнуть свою лінію, січеш?» — «Dystopian law enforcement officers don't fit in with my motif. — What about the White Hen Pantry I added? It's a regional Chicago option for when 7-11 is too classy. — Would you get

Рисунок 7 «Нетутешні» (3 сезон 2 серія 00:13:54)

that out of here? My town is too bougie for it. — They've got great deals on individual Kraft singles, not packaged for retail. That's not gonna stop Hen. Know what I'm saying?» Цікаво, що з останнім прикладом перекладачі мали зробити трансформації не тільки з текстом, а й візуальною складовою, а саме додали графічний прирендер, щоб жарт зіграв (див. Рисунок 7).

Одомашнення також використовується у таких реаліях суспільного життя як тб-шоу, мереж закладів харчування, університетів, сервісів доставки,

інтернет-магазинів: *«Я ще стільки не встиг: я не торкнувся дельфіна, не був в Х-факторі» — «I've got a bucket list. I haven't touched a dolphin or been on The Price Is Right», «Вгамуймося і видихнемо. Подивимося перезапуск шоу "Розсміши коміка", яким досі не вдається бути смішними» — «Let's calm down, take a deep breath. Maybe watch an episode of the Whose Line Is it Anyway? reboot. How do they still not know whose line it is?», «Я ж так горбатився, замовляючи це у "Пузатій хаті". Відмовитеся від свині й фаєрів?» — «But I slaved away ordering all this from Hulu Luau. You wanna waste a whole roasted pig and these fire wands?», «Їх мізки під'єднано до Інтернету та, як алгоритм Розетки, взнає, коли ти хочеш щось купити» — «Their brains are attached to the internet, and I used the same algorithm Amazon uses to know when you're gonna purchase something», «… Твої джерела відстій, нахіба ми платимо за журналістські курси в інституті Поплавка?» — «Why are we paying for that journalism MBA from Grand Canyon University?», «Бляха, секунду. Цей чувак з Глово доставляє їжу прямісінько до дверей Кевіна?» — «Wait a fucking minute! Is that DoorDash guy delivering food straight to Kevin's door?», «Зазвичай виходити із води приємно, але це відстій. Ставати напівзахисником МАУП — це вже занадто» — «Usually getting away with things makes me feel good, but this blows. Getting into USC as a long snapper was the last straw».*

Задля отримання такого ж комічного ефекту від каламбуру з назвами забігайлівок використали також одомашнення, перетворюючи іноземні відомі франшизи на українські: *«Я мав сумніви, але вечеря в Челенхані була вишуканою. Поєднання Челентано з Пузатою хатою. — Ти мене частіше слухай. Я знаюся на поєднаннях. — А мені більше сподобалося в Мурамусаші» — «Well, I was skeptical, but that was a delicious dinner at Lobster Bell, the new combination Red Lobster, Taco Bell. — Just listen to me next time, I know my combo franchises. — Well, I didn't like it as much as Del Lobster Loco»*. Також одомашнення використовують задля компенсації гри слів на основі алітерації: *«Наш Пупка нічого б не крав. У нього є нескінченна кредитка незламності, тож дорікніть мені*

байрактарщиною» — «A Pupa would never steal anything. Has his own Bubba Gump Shrimp Platinum rewards MasterCard. It must have been another Pupa».

Але бувають випадки, коли намагання передати комічність якогось висловлення перебиває повністю сенс та оригінальну причину, чому те чи інше було кумедним: *«Я на розслабоні, як айтішник на пітоні» — «I'm chill AF, Chill About Fudge»*. Кумедним у фразі Корво є те, що він неправильно розкриває абревіатуру *AF* у цьому контексті, бо він зовсім не хоче вливатися у людське суспільство, і ось ця фраза видає його незнання. У нашому ж перекладі намагалися зробити фразу смішною через застосування рими. Так, вона є смішною завдяки цьому, але повністю забирається ось цей підтекст із конфліктом двох суспільств. Саме тому Террі, його партнер, корчить міну, бо він любить дізнаватися про Землю та взаємодіяти з людьми.

3. *Ономастичні реалії*

У кожної культури є свої відомі люди й лідери думок, та часто їх досить складно впізнати через брак знань внутрішніх жартів, з якими пов'язані ці зірки: *«Пф, я очікував на Майкла Щура» — «I wanted to be on Kimmel»* (відповідник ведучого шоу зі схожим комедійним концептом), «*Чому твої джинси в морозильнику? — Ольга Фреймут виклала пост, що їх так легше чистити» — «Why are your jeans in the freezer? — Jen Garner had an Insta all about cleaning your jeans like freezing sushi», «Бувай, насичена киснем атмосфера. Бувайте, цуцики. Бувай, Олеже Віннику!» — «Goodbye, oxygen-rich atmosphere. Goodbye, puppies. Goodbye, Maroon 5!», «Ні, я не кажу видаляти альбоми Бітлів. О ні, чекай, ми забули про Скрябіна» — «I'm not saying we remove any Beatles album. No, wait, wait. We forgot about Kendrick Lamar», «Треба валити подалі. Зробіть нотатки, потім Антонію Лукічу розповім про це місце» — «Let's get outta here. Somebody take notes. Jordan Peele is gonna want to hear about it»* (втрачається жарт, адже Джордан Піл — кінорежисер схвалених критиками і глядачами фільмів жахів, а герої якраз потрапили на курорт, де всі за ними слідкували, тобто все це нагадувало справжній горор).

За допомогою адаптації було змінено дещо в сюжеті, що є важливим для розкриття персонажа: *«Виходить, що я куплю фургон, напишу книгу і, можливо, одружуся з Лесем Подерев'янським. — Щасливець, він буде чудовим батьком» — «So apparently I'm buying a van, writing a cookbook, and maybe marrying Mark Melner. — Lucky, I always thought he'd make a good dad»*. Марк Мелнер — це нереальна людина, а персонаж у самому мультсеріалі, тобто це внутрішня інтертекстуальність. Юм'юлак намагався влитися в компанію «крутих підлітків». І можна було сказати, що Юм'юлаку подобався Марк, тому коли пилок квітки на його голові допоміг привернути увагу компанії цих крутих хлопців, то зразу починає фантазувати про майбутнє життя. Саме тому референс на Л. Подерев'янського не цілком відповідає контексту та не відтворює важливу інформацію про персонажа.

З такою самою проблемою стикаємося з іменем одного актора: *«Це нагадало мені мій шлюб із Романом Луцьким. Паскудник. Утік із полону. Як я його любив. Чому мені не можна йому дзвонити?» — «This is just like the time when I married Ansel Elgort. The little scamp. He's lucky he got away. I loved him so much. Ugh, why can't I call him?»; «Допоможіть закинути Джессі у Пекло. Вона відстійна. — Ні, цей вимір лише для ворогів та акторів типу Пореченкова. І сміття, яке ліньки викинути» — «Hey, can you please trap Jesse in the hell dimension? She sucks ass. — No. That dimension is for work enemies and Ansel Elgort only. And for trash when we forget to put the bin out»*. Річ у тім, що це знову великодка від авторів шоу, бо одному із сценаристів дуже подобається Ансель Елгорт як актор, тому декілька разів повторюється його ім'я. У якомусь сенсі це також натякає на стосунки між Корво та Террі, адже Корво міг сам відправити Анселя у Пекло через ревнощі або через те, що той розбив Террі серце. Перекладач вирішив замінити на інтертексти, які, на нашу думку, навпаки ускладнили текст. Хоч пана Луцького і називають українським Бред Піттом, але цільова аудиторія не знає його, як Енселя. Посилання на путініста та українофоба М. Пореченкова є доцільною зміною у контексті, але втрачається підтекст і міжтекстовий зв'язок.

Але є доволі багато і вдалих подібних адаптацій з іменами знаменитостей: *«Віктор Павлік! — Гей, Террі! Ходи до нас. Ми граємо у зашкварених знаменитостей України. — Це ж так просто! Потап. Припини, давай по-серйозному» — «Donna Langley! — Hey, Terry, come here. We're playing inside baseball Hollywood executive Celebrity. — Too easy. David Nevins. Come on. Let's take the bumpers off»; «Звідкіля нам було знати Джері Хейл?» — «How the fuck were we supposed to know Debbie Liebling?»; «Його ім'я схоже на демона. — Він виступав на Кварталі? — Ти не знаєш Поплавського?» — «Okay, uh, this person's name sounds like a demon. — Did they reinvent TV on DVD? — You didn't know Doug Herzog?»* В оригіналі говорять про директорів різних головних виконавчих директорів компаній, які займаються кіно, телепрограм, що знову є великодкою від авторів, адже вони є частиною світу кіновиробництва, тому й знають багатьох людей. Таку ж стратегію застосували у *«Я намалював план відвідування, доки парк не закрився, чи його не викупив Ахметка» — «I've made a plan to make sure we hit all the best rides before the park closes or it gets bought by Verizon»*. Хоч Verizon Communications і є американською телекомунікаційною компанією, одною з найбільших у США та в усьому світі, але вона не зайшла в Україну, тому ця реалія не така відома. Через це адаптували так, ніби парк викупить олігарх.

Ще однієї адаптацією вдалою було *«Це неправильно! Я головний добряк. Я маю змусити її повірити у це за допомогою Віталькі та Володьки» — «This is messed up. I'm super nice. I guess I'll have to force Jesse to like me with Craig T. and Nelson»*. У цій сцені Юм'юлак має намір «вбити» у Джессі, що той добрий, тому засуває рукава, ніби готуючи до бійки. Крейг Т. Нельсон — американський актор, що грав у серіалах/фільмах спортивної тематики, озвучував головного героя у «Суперсімейці» тощо. Подібний жарт озвучувався і в ситкомах «It's Always Sunny in Philadelphia» та «Family Guy», які сильно вплинули на стиль комедії, який використовується сьогодні в медіа.

У «Нетутешніх» також застосовується адаптація до назв брендів різних харчових продуктів, засобів для прибирання, косметики, ліків, які відсутні в Україні: *«Гаразд, я влаштував місце на дивані з купою рідин: пивко, Сандора і*

сеча» — «Okay, I got you set up on the couch here with plenty of fluids, - root beer, Sunny D and piss», «Почали разом стоячити ще десь від черги на губки Містера Пропера» — «We started to fall in line together when we were waiting to get Mr. Wonderful's new set of sponges», «Він, напевно, вислизнув, коли ми дрімали після сотні батончиків Рошен» — «Crypty must've shuffled out when we were snoozing off all those 100 Grand bars», «Хто нова ціль? — Спадкоємиця чипсів «Люкс»? О так. Вйо до роботи» — «Who's our next target? The heir to the Popchips fortune? Hell, yes. Let's fucking go!», «Усе, що в кишенях, тепер наше! Гаманець, жуйка, ключі, Но-шпа!» — «Whatever you got in your pockets is ours! Wallet, gum, key metal... She's got Tums!», «Я гадав, що Террі більше любить Три корочки. — Та коли то було! До того ж, вони росняві. Террі постійно теревенить про снеки. — Ти шариш. Вічний Люкс – там, Флінт – сям, і все до рота» — «I thought Terry was a Mai Tai Goldfish man. — That was so 2019. But who can keep track? Terry is always yammering on about snack foods. — You know me, I'm always Bugles this and Twizzlers that. Such a yambone», «Я, бляха, ненавиджу Геловін, ненавиджу дітей, костюми, ще й алергія на Корівку» — «To be honest, Korvo, I fucking hate Halloween. I hate the kids and the costumes. I'm even allergic to SweeTARTS».

Крім цього, застосовують заміну іноземних топонімів на топоніми цільової аудиторії. Це відбувається не так часто, адже ми знаємо, що герої живуть в США, але глядач не знає всіх стереотипів чи мети, задля чого треба їхати в те чи інше місце: *«Ми звикли, що на Геловін ти пензлюєш в Трускавець» — «We're used to you heading to Florida during Halloween», «О, це маленька Говерла» — «Ooh! It's the little effing mountain», «Неможливо. Ми з катакомб зробили Трускавець» — «That's impossible. We turned our dungeon into a Florida room», «Зацініть цю рекламу, що прийшла з соцмереж. — Обожнюю «Маленький Синевир» — «Check out this commercial I received on social media. — I love Little Mountain Lake»* (графічний прирендер задля кінетичної синхронізації) (див. Рисунок 8).

Рисунок 8 «Нетутешні» (3 сезон 8 серія 00:00:41)

Цікавими випадками є такі, коли якісь ергоніми та фірмоніми [3] замінюють не прямими еквівалентами чи з цієї ж категорії товарів, але зовсім іншими: *«Джесі, де у нас гроші? Нам Торчин виписали здоровенний рахунок за соус» — «Jesse! Where do we keep money? We have a huge Postmates bill from ordering all those ketchup packets»* (назва фірми американської доставки → назва фірми кетчупу/соусів); *«А мені доводиться забирати замовлення з іншого міста. Доки дістануся дому, рамен стає Мівіною» — «I always pick it up from the DoorDash HQ in San Francisco. The ramen turns into a cold brick when I get home»* (фірма доставки їжі → компанія їжі швидкого приготування; перекладачі вирішили перенести інтертекст з одного місця в інше. Так вони вилучили назву міста, де головний штаб компанії, але додали у друге, де з'являється мівіна); *«Це краще, ніж отримати діабет, ожививши Шалену бджілку» — «It's way better than when we all got diabetes from real life Candy Land»* (назва настільної гри → назва цукерки), *«О-о, яка мішанина зі слів! Перегляд каналу Піксель дає свої плоди» — «Aw! Listen to that word salad. That CoComelon subscription is totally*

paying off» (назва ютуб-каналу з дитячими розвиваючими пісеньками → назва телевізійного каналу); *«О, нумо заскочимо в Оріфлейм. Підготуємо тебе до походу в клуб» — «Ooh, let's go to the makeup counter at Bloomie's. We can get you all done up for the club tonight»* (назва гіпермаркету → назва косметичної компанії; по суті, це навіть не одомашнення, а саме субституція, бо Oriflame — це шведсько-швейцарська компанія, тому це заміна і не є реалією ЦА, і не є реалією оригінальної аудиторії); *«Я була під прикриттям у костюмі людини та почула важливу новину! — До нас приїде Ірма Вітовська?» — «Guys, I was undercover in the human suit when I overheard huge news! — There's a Ray Donovan cast reunion?»* (ремінісценція з поп-культури → алюзія з ономастичною реалією). Іноді такі зміни не є влучними, бо втрачається логіка: *«Що трапилося? — Я тестував новий смак Живчика. У мене страшний бодун. І я кашляю сіллю» — «What happened to you? — I was in a focus group for a new Funyuns, hard seltzer. I have a hangover, and I keep coughing up salt»*. Funyuns — це назва бренду смажених цибулевих кілець з різними смаками, а гард-зельцер — алкогольний напій, що містить газовану воду, алкоголь (із солоду або цукру) та ароматизатори, тому логічно, що Террі після такого коктейлю були похмілля та кашель сіллю. Але Живчик не має ніяких з тих характеристик, що були зазначені раніше, то з чого тоді у Террі такі наслідки на наступний день? Звісно, можна покластися на фантазію і уявити, що у них в світі такий напій і справді спробували створити, але логіка все одно втрачається.

Вартий розгляду також один приклад, коли перекладачі вирішили адаптувати один вид інтертексту іншим: *«А зараз, якщо дозволите, маю зустріч на Дарниці. Ага, не все тут на лісі зав'язане» — «Now, if you'll excuse me, I have an 8:30 at Dorsia. That's right, it's not all forest puns here»* (трансформована цитата → алюзія з ономастичною реалією). Dorsia — справжній елітний ресторан, у якому треба бронювати столик за декілька місяців, якщо не за рік. Але в поп-культуру він ввійшов як образ престижності через роман Брета Істона Елліса «Американський психопат», а щонайважливіше через однойменний фільм, де грав Крістіан Бейл. Навряд чи цільова аудиторія впізнає цю цитату, тому треба

використати такий еквівалент, який би переривав низку слів, які пов'язані з рослинами, що передувала цій фразі, тому й використали одомашнений онім, який спеціально не вписується.

4. *Історичні та політичні алюзії*

Переважно, коли в оригіналі згадуються якісь особливості устрою чи локальної політичної ситуації США в негативному контексті, то перекладачі використовують міжмовну конотативну реномінацію, де є українські реалії або негативно оцінні реалії Росії, ворога України: *«О, водію, везіть нас до найближчого слуги народу. Накину мільярд доларів, якщо довезеш до ранку» — «Oh, driver, take us to the poorest, crookedest senator in the country. There's an extra billion dollars in it for you if you get us there by morning»* (використання влучної перифрази), *«Я намагався. 3-Д принтер не порушує авторське право за межами Московії» — «I already tried. My 3D printer won't break copyright unless we're in Guam», «Нам повідомили про маловросів у системі. Мали з ними проблеми?» — «We've been getting reports of varmints in the system. You've been having any trouble with varmints?»* (гра слів з оказіоналізмом vermin/varmint та малорос/маловрос); *«Да-да, больше поширень, бо не вазьмут в квартал, і в кантактік ссилачку кінь. Відєл, шо я запостіл? Мова – для сєла… Ну, там толька трі рєпостіча. Нанімай мнє ботав. (Юм'юлак зменшує цього чоловіка спеціальним пристроєм) — Він заслужив. — Твоя правда. Той ще малорос» — «I need more retweets or I'll never get hired at Hollister. Your Klout goes at the top of your rezzie, brah. Did you see what I posted today? "Garfield fucks!" But I only got three fucking retwats. You gotta spot me for a bot army... — He deserved it. —Yeah, he did. He was a real yutz», «О да, народ! Кто хочєт жрать м'ясо і смотрєть екран? — А кагда всьо засрьом, полєзєм с міром к сосєдям» — «Oh, yeah, boy-ee! Who wants to eat meat and watch screens? — After we fuck around all day, let's pull pranks on our neighbors»*. У двох останніх прикладах можна побачити деяку закономірність, що коли з'являються якісь персонажі з поведінкою бидла, голоти, то в озвученні актор починає говорити з гіперболізованим російським «акцентом», що апелює до цільового глядача перекладу. З таким же принципом з асоціаціями була застосована

адаптація: *«Повір, Вова дивиться. Вирішив називати її Вова. Знаю, що це вона, але був у мене сусід із пикою, як у опосума. Х**ла звали Вова» — «Also, I've decided to call her "Jeff." I know it's a girl, but I had a roommate once who had a face just like a possum and his name was Jeff»*. Дотепним одомашненням також є *«Треба віддати належне панянкам. Довіряючи цькування іншим, вони не мастять руки. — Їх там нєт і нє било, с**ка, щоб це не означало» — «You've got to admire them. By outsourcing their bullying, they keep their hands clean. — It's called plausible deniability, bitches. I learned it from my dad»*. Plausible deniability (правдоподібне заперечення) — досить складний юридичний термін, тому дівчинка-підліток сама каже, що не до кінця розуміє його, а тільки чула від батька. В українському перекладі вирішили жарт по-іншому розіграти, адже за допомогою конкретизації замінюється сам термін, але ця конкретизація є влучним поясненням його, і ще є посилання на офіційну позицію Росії до 2022 року про заперечення залучення до конфлікту.

У «Нетутешніх» один із повторюваних ґеґів — це те, як на початку кожної серії йде заставка, у якій Корво розповідає, як вони опинилися на землі, і те, чому він ненавидить людей, не розуміє їх, як хоче звідси швидше полетіти, тому ця причина весь час змінюється. Марк Джастін Ройланд, співавтор ситкому і актор озвучення Корво, міг імпровізувати і придумувати на ходу ці причини, зазвичай вони дуже специфічні і тому можуть бути незрозумілими ЦА перекладу, тому застосовуються адаптації з нашими специфічними причинами, які актуальні для ЦА: *«Деякі бісять своєю стурбованістю. Я б ізолював росню від усього світу та спокійно б собі жив на цій планеті» — «They have so many emotions, they don't know they can set their mood rings to peaceful and get on with their lives», «Деякі люди тупі. Впарюють щось про хорошу русню. Її не існує! Хороші та росня — слова несумісні» — «People are stupid and confusing. They're always talking about brunch. It isn't real. It's either bread or crunch, you can't have both. Pick a lane, idiots»*.

Задля компенсації емоційності деяких висловлень з лайкою використовують інтертекстуальність: *«Відтепер я фанат гострих соусів. Ох уж*

ці смішні назви. "Смалить, як байрактар". Ха-ха-ха, кращого і не придумаєш» — «Look at all these hilarious labels. Ass Blasting Hot. Doesn't get any better than that»; а також задля компенсації гри слів *«А-а, я не знал, что такоє бандєра-смузі!» — «I tried arson but it backfired!», «Креативив, як накурився мету з козацької трубки… А ти зламав мого Мамайчика!» — «Painted it last night, after smoking meth on my English pipe… You broke my Piper Perabo»*.

«Цей день такий же марний, як існування ООН» — «Today was as worthless as an orange starburst». З *orange starburst* пов'язані меми в американському суспільстві, що цей смак — найгірший з усіх, тому його існування марне (див. Рисунок 9). В українських реаліях такого немає, тому замінили висловленням, яке часто лунає з вуст наших співвітчизників.

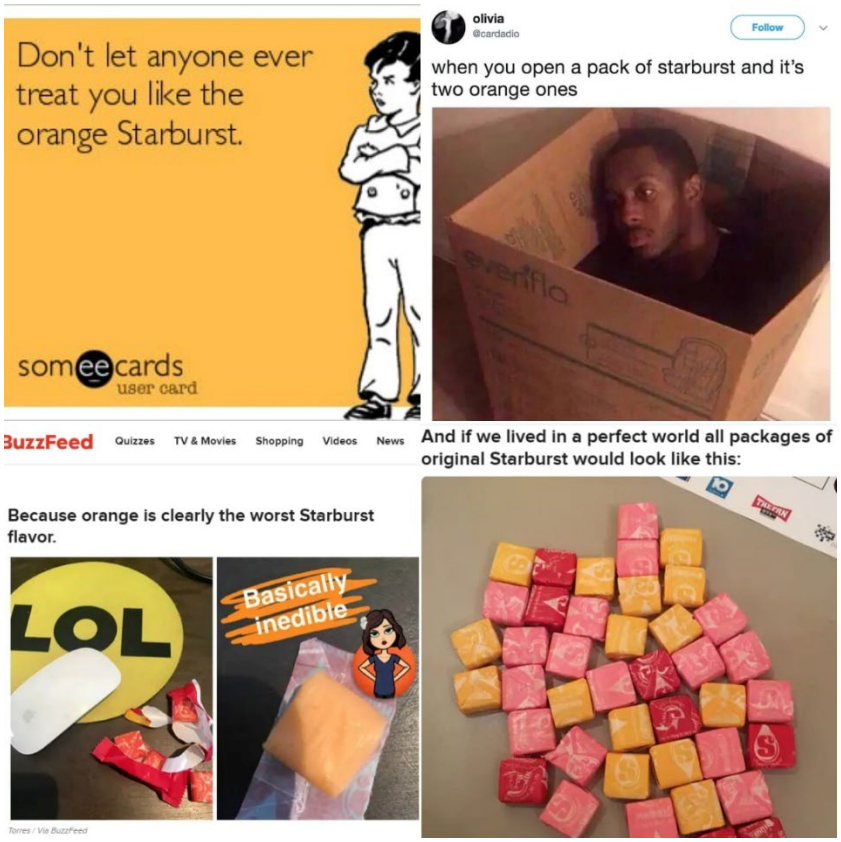

Рисунок 9

«Викличемо того, хто має навичку мисливста на привидів. Кому дзвонити? Залужному?» — «Let's call someone to bust a ghost. Who we gonna call? A fireman?» В оригіналі жарт базується на несправдженні очікування, адже вся серія була ніби жорстокою пародією на «Мисливців за привидами». Тоді, звісно,

має прозвучати рядок з саундтреку із рядком «Who ya gonna call? Ghostbusters!» В українській мові це упізнавання рядка не відбудеться в перекладі, адже більшість теж знає цю пісню в оригіналі, але залишити як є теж не можна, бо втрачається комунікативна мета, тому вирішили перенести інтертекст в інше місце і зробити жарт не на несправдженому очікуванні, а на неочікуваності згадування імені колишнього Головнокомандувача Збройних сил України.

Замінюються також деякі історичні події задля більшої впізнаваності глядачами цільової аудиторії: *«Якби ж нам повернутися в часі і відстояти чергу за хлібом, Террі, я б залюбки вернувся б Пєрєстройку, щоб у злиднях дивитися з тобю в одному напрямку. — Я постійно так кажу. — Я якось чекав у черзі у магазині, бо для експрес-каси перебрав товару і довелося стояти в іншій черзі» — «I wish we could go back in time and stand in some bread lines together. I'd go through a Great Depression in a second to be poor, facing the same direction on the street with you. — I say that all the time. — I once waited in line at the grocery store. I had too many items for the express checkout, so I had to stand in another line».*

- Ремінісценції

1. *Ремінісценції з поп-культури*

Оскільки в «Нетутешніх» дуже часто робляться пародії з елементами поп-культури, а один з головних персонажів, Террі, — заповзятий фанат популярного, то дуже часто вставляються згадки фільмів, музики, серіалів, мультфільмів, тих же ситкомів для розкриття персонажів, бо наші смаки зазвичай відображають наш характер.

Якісь всесвітньо відомі приклади поп-культури були незмінені, так ось, на прикад: *«Нам треба прийняти бій. Як і Кевін МакКалістер, ми не примиримося із таким кінцем» — «We have to take the fight to him. Just like Kevin McCallister, we shall not go softly into the night»* (ремінісценція на «Один вдома»); *«Напевно, така шкільна програма влітку. Постійні напружені ігри розуму, а не так, як при перегляді «Загону самогубців» — «This must be what summer school is. An intense psychological mind game, not unlike the Academy award-winning film "Suicide Squad"»*, *«Ти взяв мої нотатки, щоб зробити її міксом всіх дружин з телика? —*

Це на 20% дружина з «Реймонда», на 20% з «Американської сімейки», на 15% — з «Дівчат Гілмора» і на 10% — з Мардж Сімпсон, бо синє волосся» — «Now did you use the specs I gave you to make her the perfect combo of every TV wife/mom? — Yes, she's 20 percent annoyed wife from Raymond, twenty percent doting hot mom from Modern Family, fifteen percent fast-talking Gilmore Girls mom and ten percent Marge Simpson because she's got blue hair»; «Це копія кімнати з "Сайнфілду". Юм'юлак купив її онлайн. Гадаємо, що в нього є кишенькові гроші. — Ого, нічогенько так. Ну, тобто ясно, що фінал запороли, але інші серії були кльові» — «It's a set replica of Seinfeld. I think Yumyulack bought it online. — Our working theory is that he gets an allowance. Wow, it's actually kind of cool. I mean, obviously the finale was no good, but the rest of the series was amazing» (можна помітити, що перекладачі зазвичай ситкоми не адаптують, а тільки використовують офіційний переклад назви); *«Що це за місце? — Іграшка. Космічний корабель. Точніше, корабель Хижака з набора по фільму 2007-го року — «Хижак проти Чужого: Реквієм»...» — «What is this place? — Kid's toy. A spaceship. Specifically, the Predator spaceship playset from the 2007 movie Alien Versus Predator: Requiem»; «Так, а це для мене занадто похмуро. Це не "Коняка Боджек" — «That is way too bleak for me. This isn't BoJack Horseman»; «Тері, я намагаюся вчитися, що і тобі варто робити. — Я вчуся, вчуся грі на барабанах, як у фільмі "Одержимість" — «Terry, I'm trying to study, which is what you should be doing. — I am. I'm studying how to get into a drumline, like in that movie "Whiplash"»* (теж використовується офіційний переклад назви фільму).

Але деякі витвори поп-культури все одно залишаються маловідомими, особливо, коли інтернет не був настільки глобальним: «*Тоді, бога ради, поясни, навіщо тобі здалася школа? — Бо я люблю кіношку про молодь типу «Перші ластівки», «Школа» і «Штольня» — «Then why in God's name are you so excited to be at the school? — Because I love classic college movies, like "Monsters University," "PCU," and "The Skulls"»* (використали і генералізацію, бо в оригіналі чуємо, що це фільми про університетське/коледжне життя, а в українському — це про молодь, щоб у цю категорію можна було вмістити і серіали/фільми про

старшокласників); *«Долорес, хочеш відірватися у мене? — Я маю в планах додивитися «Величне століття: Роксолана» — «Delores, you gonna come and get tore up at my party? — I have to go home and watch "NCIS"»* («NCIS: Полювання на вбивць» доволі відомий серіал, його навіть показували на українських каналах, але, на нашу думку, у цьому випадку можна було використати навіть не турецький серіал, а американський, щоб зберегти колорит, наприклад «Анатомія Грей», який так само не закінчився як NCIS; але тоді справді трохи втрачається гумор сцени, але зберігається колорит); *«До речі, про холостяків у відчаї. Я вчора збрехав. — То ти вважаєш «Шалене весілля 2» кращим за «Шалене весілля»? — «Speaking of lonely single people, I-I lied earlier. — Aah! You think Speed 2: Cruise Control is better than Speed»* (доволі складний випадок для перекладу, адже Speed 2: Cruise Control вважається чи не найгіршим сиквелом за всю історію кінематографа, актори відхрещуються від цього фільму, він навіть отримав «Золоту малину», що підтверджує низьку якість кінопродукту. Ми не впевнені, чи середньостатистичний глядач взагалі знає цей фільм, тому таке одомашнення було доречним); *«Я знаю цей нарід. Їм потрібне божество, аби щось вище за життя вело їх. Як Капітошка, або слоники Петрика П'яточкіна» — «I know these people. They want someone divine. Someone larger than life to lead them, like Cher or Peanut, the Jeff Dunham puppet»; «Капітошка!» — «PAW Patrol!»* («Щенячий патруль» досить популярний серед дітей та батьків, всюди бачимо мерч по цьому мультсеріалу, тому, на нашу думку, можна було і залишити оригінальну назву, але справді не було б такого комедійного ефекту, бо «Капітошка» зразу викликає усмішку завдяки ностальгії); *«Привіт, друже. Ти як? Ти дурний? — Я хочу дивитися «Віталька» і пожирати хот-доги» — «Hey, bud, how you feeling? Are you dumb now? — I wanna watch the "Look Who's Talking" trilogy and eat hot dogs with ketchup»*.

Деякі неологізми також були адаптовані згідно з граматичними правилами української, але сенс їх не змінювався: *«Ну все, за нами копи, годі шоушенчити» — «Alright, the cops are after us. That's enough Shawshank-ing», «Жарт! Я заодиндомила весь будинок!» — «Psych! I Home Alone'd the whole house!», «Але*

без передмови. Не хочу емоційно прив'язуватися, якщо їх муфаснуть» — «But skip the backstories. I don't want to get emotionally invested if they're all going to get Mufasa'ed».

2. *Ремінісценції з інтернет-культури*

Інтернет розширив кордони між країнами і націями, але перекладачі іноді можуть вставляти частини інтернет-культури, які релевантні для ЦА і для них самих: *«Час стати струнко і зізнатися. Цим іграм настав кінець. Бо кому здалися слава, гроші, секс і реклама нормальних сервісів, а не казино?» — «It's time for us to stand up and come clean. This charade ends now. Because what good is the fame, the money, the sex, the American Express commercials with Tina Fey and Michael Che?»* Так перекладачі можуть ще рефлексувати над коментарями, які залишають в інтернеті, застосовуючи одомашнення: *«Ви [люди] можете чути нутром. — О так. Типу моїх коментарів як правильно робити переклад, бо адаптації — це дно» — «You can follow your gut. Humans are famous for it. — Yeah. Like how I always know how a woman's tweet can be better if I explain it»*. Звісно, у цьому випадку втрачається сатира на сексизм та мізогінію, але підіймається інша важлива тема, яка пов'язана з меншовартістю.

3. *Рекламні ремінісценції*

Адаптація рекламних гасел досить поширена практика, тому вони і «в'їдаються» в пам'ять людей, щоб ті могли повторити їх: *«Розбійники, пора до столу! Новеньке-смачненьке! — Стопе, це гасло Пузатої хати? У «Подарунку»-всесвіті є Пузата хата?» — «Reavers, it's time to feast! We have the meats. — Wait, why are you saying the tag line from Arby's? Do-do they still have Arby's in the Jingleverse?»; «Розбійники, новеньке-смачненьке! Наша ряба! — Тільки не кажи, що про рябу придумав. Це ж відомий бренд» — «Reavers, it's time to feast! Where's the beef? — Okay, you have to know that tag line's from Wendy's. It's-it's like the most famous one»*.

4. *Літературні ремінісценції*

Щоб пояснити, фактично, дві реалії, використовується одна літературна з відомим письменником, які часто пише неоготичні детективи для дітей: *«Ці тупі*

поворотиська писав Кокотюха чи що? Знову все по колу» — «This is the LEGO novelization of the film The Firm final battle all over again».

- Цитати

1. *Канонічні цитати*

В мультсеріалі декілька разів наспівувалися музичні твори, але переклад прямий ефекту не дасть, тому використовують одомашнення: *«Радіо-діджеї - продажні задроти, Мене вбивають радіо квоти. — Стій, це що, Жадан?» — «Somebloody once told me the world is gonna skull me. I ain't the sharpest ghoul in the dead. — Wait, was that Smash Mouth?»; «Оу, чи спиться чи не спиться…» — «Oh, I think scrubs are great», «Зорі прозорі вгорі, вам спиться чи не спиться, вила на місяць новий молода вовчиця…» — «...flyness of a scrub is up for debate, Depending on the scrub in question, That other song has it wrong…»* (в останніх двох прикладах наспівує пародію TLC – No Scrubs; як було сказано, немає сенсу перекладати пісню, бо нічого це не дасть, тому перекладачі пішли шляхом одомашнення і взяли пісню О. Винника, що підтверджується внутрішньотекстовим контекстом, де Джессі вже згадує свого улюбленого виконавця).

Одомашненню заради підсилення комічності зазнала така фраза: *«Це ж було вже» — «We did this last year»*. Жарт в тому, що в минулому сезоні у тій же серії вони намагалися полетіти с Землі, тому Террі ніби підмічає це і знову пробиває четверту стінку. Українські перекладачі вирішили використати цитату Л. Кучми, щоб посилити жарт для ЦА.

А от цитати з культових фільмів, навпаки, слід перекладати, щоб було впізнавання глядачем: *«Іди за мною, якщо хочеш жити. Це з "Хижака" — Це з "Термінатора"» — «Come with me if you want to live. That's from Predator. — It's from the Terminator»*.

- Поєднання різних видів інтертекстуальності

1. *Історичні і політичні реалії + суспільне життя (2 алюзії)*

«…Ми ж домовилися не зменшувати дітей. — Це дорослі. Ці розкидували сміття, а ця поперлася на касу без черги, а ці казали, що Крим — исконно русская

земля» — «… I thought you weren't shrinking kids down anymore? — These are adults. I got a couple litterbugs, a lady who had 15 items in the 12-item lane, and a guy who pronounces schedulelike "shed-jewel"». Щоб локалізувати цю одиницю кінотексту, перекладачі застосували низку різних трансформацій: так з litterbugs застосували комбіновану реномінацію, з lady who had 15 items in the 12-item lane також описовий метод, а з shed-jewel взагалі міжмовну конотативну реномінацію задля більш комічного ефекту.

2. *Ономастична реалія + реалії з суспільного життя (2 алюзії)*

«… Ти більше не виконавчий редактор "Фактів" на телебаченні… — Ні, дечого у "Фактах" я навчився. Ніколи не ставати між Сивохою і буфетом. А ще навчився слухати своє чуття» — «…You're not an executive story editor on the hit FOX drama Bones anymore… — No, if there's one thing I learned on Bones, it's never get between Boreanaz and second dinner. But another thing was: go with your gut». Одомашнення за рахунок повного одомашнення реалій, але не дуже вдалого, бо знову втрачається логіка. В оригіналі Галк працював редактором у детективному серіалі «Кістки», а Девід Бореаназ — актор, що глав головну роль у ньому. У перекладі він до Стіни працював редактором у програмі новин «Факти», що також може бути, але тоді С. Сивоха не клеїться до подібної логіки, адже до ICTV він не має ніякого відношення.

Якраз вдалими адаптаціями були *«Корво, ти можеш повчитися барбекю на Elle-шефі, з відео на ютубі чи в Євгена Клопотенка» — «You know, Korvo, you could take some barbecue classes at The Learning Annex or watch some YouTube videos, chefnap Paula Deen...»*, адже не змінюється зміст, а тільки форма повідомлення.

Досить складним для адаптації є такі реалії: *«Гаразд, все погано, та не можна здаватись. Може, знайдемо адвокатів чи журналістів? Або твітну Гордієнку, і він постримить з нами? Здійнемо бучу! Загін допоможе!» — «Okay, this is bad, but we can't give up. Maybe we can talk to some lawyers, or, or the media. Or I could tweet at AOC and maybe she'll play Twitch with us, we'll raise some awareness. The Squad will help»*. AOC (Alexandria Ocasio-Cortez) — американська

конгресвумен, блогерка і стрімер на Twitch з багатомільйонною аудиторією, тому до неї/її команди можуть писати, звертатися у Твіттері (X), якщо відбувається якась несправедливість. Ми не впевнені, що більшість українських глядачів знає її, адже якщо подивитися, хто на неї підписаний, то в основному там будуть політики і політтехнологи українські. Тож цю реалію треба було адаптувати щось подібне з таким же впливом, тому згадали про Віталія Гордієнка, автора ютуб-каналу «Загін кіноманів», у якого багататисячна аудиторія.

«Я спалю кожну Арому каву на цій півкулі. Арабіка-дупні-маччялизи!» — «I will burn every last Dunkin' Donuts in this hemisphere, you Guinness blooded damn Apple hammers» — приклад типового одомашнення, коли адаптують назву закладу швидкого харчування. Згідно з контекстом кожного змінили також і «меню», з якого сформували новий лайливий неологізм.

3. *Канонічна цитата + ономастична реалія (цитата + алюзія)*

«А хіба Шлорп не вибухнув, як новий гіт Океану Ельзи? — Так, але вона використовує темпоральну адресу, що може надсилати листи в час до того, як Шлорп став «без тебе мене нема». Ну, я типу використав твій референс на музику» — «Wait, didn't Shlorp blow up like a new Lizzo single? Topical. — Yes, but this uses a temporal address that can send the letter back in time to before Shlorp went boom-boom-pow. I was trying to piggyback on-on-on your, on your reference to music». У цьому прикладі адаптації був втрачений сенс жарту. В тексті-джерелі Террі робить відсилку на нову пісню Ліззо (2021 рік) «Rumors», яка стала гітом на той час, а Корво, бажаючи підтримати референс, цитує рядок з пісні «Boom Boom Pow» The Black Eyed Peas, яка вийшла ще в 2009 році. Тобто нам знову підкреслюють, що Корво не слідкує за трендами, але намагається підтримувати теми, які цікавлять його партнера, тому Корво і стає ніяково. Але «#БезТебеМенеНема» і справді вийшла у 2022 році, тобто вона свіжа, тому сенс жарту і шляхів становленні взаємин були втрачені, але доречною зміною була адаптація: *«Ти можеш розказати про все, ніби казочку на ніч. Прямо, як Дід Панас. — Ой так. Обожнюю того старого. Ось така х**ня, малята, любі*

хлопчики й дівчата» — «You can tell it to us like a bedtime story. Like Fred Savage gets it in The Princess Bride. — Yes, I love that movie. I've been trying to kill you with Iocane powder for years». Найімовірніше, в дитинстві потенційний глядач перекладу «Нетутешніх» дивився «Принцесу-наречену», але, як на нашу думку, цей фільм не мав такого великого культурного впливу на українське суспільство. Звідти пішов мем з «Мене звати Ініго Монтойя. Ти вбив мого батька, готуйся помирати!», але у нас він не зажив такої слави, бо переклад був зроблений набагато пізніше. Саме тому ця реалія не буде впізнаваною, принаймні коли двоє дітлахів-реплікантів починають згадувати сюжетні особливості. Щоб зберегти ефект від сказаного, використали міфологізований мем, який знають точно більшість ЦА.

4. *Політична реалія + ремінісценція з поп-культури (алюзія + ремінісценція)*

Адаптували також більш жорстоко і реалію, пов'язану з росіянами, що більш до вподоби ЦА, але залишили ремінісценцію про милий мультфільм з ведмедиком, щоб зберегти цей контраст: *«До сраки, дивитимемося те, що хочу я: або нарізку, як русня вбивається, або "Паддінгтон 2"» — «Nah, fam, for once we're watching what I want to watch, either YouTube clips of Russian car accidents or Paddington 2».*

5. *Ремінісценція з поп-культури + реалія з суспільного життя (ремінісценція + алюзія)*

Щоб не переобтяжувати переклад одомашненнями, перекладач застосовує водночас адаптацію, буквальний переклад і варваризм: *«В Твіттері пишуть, що Патрончик мерзне, тому я в'яжу кофтинку. — Ти ж ніколи не в'язав. — Звиздиш! Ці шкарпетки з Animal Crossing зв'язав я. — Вони з HotLine'у. — У нас колаба» — «I heard on Twitter that Bad Bunny has a cold, so I'm knitting him a snuggie. — I have never seen you knit. — Bullshit. I homespun you those Animal Crossing themed boot socks. — Those were from Hot Topic. — We're doing a collab»; «Ти де тільки частинами розкидувалася? 5 в Епіцентрі? — Певно з літа, коли я хотіла бути руйнівником міфів» — «You've been dropping your limbs all over the place. — Five at Home Depot? That must have been from the summer I tried to be a*

MythBuster». Для того, щоб зберегти кінетичну синхронізацію, також використовують локалізацію із накладенням прирендера (див. Рисунок 10): *«Я хочу подивитися на "Кайдашеву сім'ю". Де вона? — На Hulu її немає. — Є. — Немає. — Є, Террі. Я кайдашую щодня. Я б не міг це сказати, якщо їх нема на Hulu. — Їх там немає, бро. — Ставлю життя, що Кайдаши є на Hulu. — То готуйся померти. Так написано на мапі. — Дідько, то де вони? На Г+Г?» — «I want to watch the Bosch stage show. Where's that? — That show's not on Hulu. — Yes, it is. — No, it's not. — Yes, it is, Terry. I Bosch all the time. I wouldn't be allowed to say it if it wasn't on Hulu. — No, it's not, bruh. — You know what, Terry? I would bet my life that Bosch is on Hulu. — Well, then get ready to die because they even say it on the map. — Damn it! What's it on, then? CNN?»*

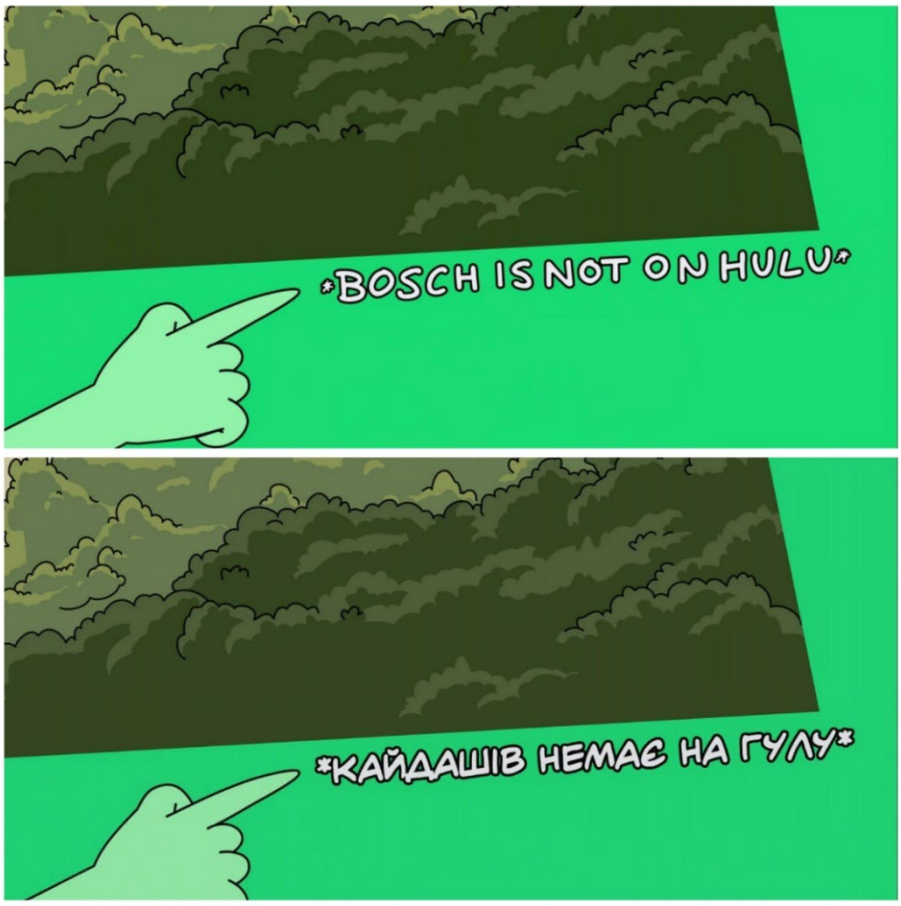

Рисунок 10. «Нетутешні» (3 сезон 4 серія 00:00:54)

6. *Ремінісценція з поп-культури + ономастична реалія (ремінісценція + алюзія)*

Четверта серія третього сезону повністю присвячена рекламі стримінгового сервісу Hulu, на якому і знаходиться Solar Opposites, тобто вже відбувається пробиття четвертої стіни від авторів: *«… Треба їхати, щоб встигнути на вечірній список клубу "11/22/63". Це там, де подорожують у часі, щоб врятувати Кеннеді. Українською є озвучка від ТС Струґачка» — «We need to leave if we want to get on the dinner reservation list for Club 11.22.63. That's the show where they time-travel to save JFK and a secret diner above the log plume where they serve lamb»*. Перекладачі використали цю можливість із прямою апеляцією до глядача і зробили мінірекламу своїх колег, що цей серіал існує в українському озвученні, але, звісно, вилучивши деяку інформацію про сам серіал, що для загальної канви, не має дуже важливого значення.

7. *Політичні та історичні реалії + канонічна цитата (алюзія + цитата)*

«Хвилиночку, стоп кадр. Одну з попередніх команд вже їв тиранозавр. — І що? — А те, що я почуваюся Кучмою. — Так буває? — Так, але це ж було вже» — «Wait a second. Hold on. That other team earlier already got eaten by a T-Rex. — So? — So, it's like a double beat. — It's what happened. — Yeah, but that just seems hacky» — використання інтертекстуальності задля компенсування розмовних сленгових виразів.

8. *Ономастична реалія + політичні та історичні реалії (2 алюзії)*

Саркастичний тон оригіналу дозволяє одомашнені адаптації, які більше передають настрій ЦА: *«Дайте сир-гриль… будь ласка. — Так тримати. — Вам моцарелу, Пирятин, російський? (Юм'юлак розстрілює манекен) — Що на тебе найшло? — Та ну! Наче тебе назва не тригерить» — «I'd like a grilled cheese. Please. — That's the ticket! — Would you like mozzarella? American? Provolone? — Why would you do that? — Come on! Cheddar wasn't even in their top three!»* Ми вже бачили, як Юм'юлаку дають такі ж подібні модифікації по всьому перекладу кінотексту, тож це не вибивається з характеру персонажа.

3.1.3. Порівняльний аналіз вихідного й цільового кінотексту мультсеріалу «Коняка БоДжек»

«Коняка БоДжека»/«BoJack Horseman» — це анімаційний серіал з темним гумором, складними персонажами та історіями, що спонукають до роздумів. Його створив Рафаель Боб-Ваксберг. Прем'єра відбулася на Netflix у 2014 році. Критики і глядачі добре оцінювали і сприймали шоу протягом шести сезонів до фіналу у 2020 році. Дія мультсеріалу розгортається у світі, де співіснують люди й антропоморфні тварини, і розказує про життя Коняки Боджека, коня середнього віку, який бореться із залежністю, депресією та низкою особистих і професійних невдач. на американському телебаченні «Коняка БоДжек» був єдиним своєрідним драматичним мультсеріалом для дорослих, який вів героїв довгим і важким шляхом від пілотної серії до фіналу. БоДжек — колишня зірка популярного ситкому 1990-х «Викинути коника», але він втратив популярність, постарів, набрав вагу, і зараз намагається переосмислити своє життя, знайти в ньому сенс і щастя. Протягом усього серіалу БоДжек бореться з демонами свого минулого та намагається змінити себе та налагодити стосунки зі своїми друзями, родиною та колегами.

Контрастний світ людей та антропоморфних тварин — дзеркало звичайного життя з типовими особистісними та соціальними проблемами. І як у житті сюжет в'ється непередбачувано, немає однозначно позитивних чи негативних персонажів, комічні ситуації віддають драмою, смуток викликає сміх. А від абсурду того, що відбувається, часом дивуються самі герої. Сатири у цьому витворі анімації з надлишком, але гумор скоро стає все менше і менше. Комічні та поверхневі герої обростають історіями, переплітаються їхні долі — вони стають навіть надто живими. Ти їх не обов'язково любиш, але неодмінно співпереживаєш. Цей мультсеріал зроблено майстерно і якщо заковтуєш гачок, то зіскочити з нього дуже складно. «Коняку БоДжека» важко дивитися, але це той випадок, коли себе варто пересилити.

Мультсеріал отримав велике визнання за глибоке дослідження психічного здоров'я та залежності. Його навіть називають «одним з найбільш депресивних телевізійних шоу всіх часів». «Коняка БоДжек» не тільки про пошуки щастя, але й про сумну реальність голлівудської мрії: кожного, незалежно від того, наскільки він відомий, зрештою можна замінити, а гроші і слава необов'язково зроблять тебе щасливим.

У нашому дослідженні ми брали перші три сезони, які були озвучені командою **«НеЗупинняйПродакшн»**, а останні три — **Simpsons.ua.**

- Алюзії

1. Побутові реалії

БоДжек починав кар'єру як стендап-комік, потім жарти ніби стали ніби його захисним механізмом, яким прикриває свої комплекси, тому вони дуже важливі для розкриття персонажа. З цим завданням перекладачі впоралися чудово: *«Ну, ти трохи козел. — Ми що, в поліклініці? Бо тут щось забагато бурчать» — «You're kind of being a dick. — Hey, are we at Tony Roma's right now? Because there's a lot of ribbing going on here», «Ну, у мене все. Ви всі чудові. Залиште на чай. Жартую-жартую. Чаю не буде» — «Well, that's my time, you've been great! Tip your waitress! No, I'm just kidding around, there's no waitress», «Яка різниця між моєю мамою та лелеками? Одні відлітають в теплі краї, а вона – на той світ» — «What's the difference between my mother and a disruptive expulsion of germs? One's a coughin' fit and the other fits a coffin!»* В останньому виразі можна побачити майже хрестоматійний приклад адаптації, адже суть і сенс чорного жарту не змінилася, змінилися тільки його фігуранти. В оригіналі граються з граматикою та різними формами слова, у перекладі звернули більше на лексичний екстралінгвальний потенціал. Жарти, засновані на алітерації, теж адаптуються: *«Але-але-але, ми не на стадіоні» — «But, but, but. Butts are for cigarettes»* (a cigarette but — недопалок сигарети, але і недопалок сигарети взагалі не сході по звучанню, тому важливо було зберегти тут алітерацію, що і зробили з «оле», що кричать на футбольних матчах, та з сполучником «але»). В англійській мові дуже часто у одного доволі короткого слова є декілька зовсім

різних значень: *«Нам у центрі давали жетони. — На метро? — Дуже смішно… Коли я отримав жетон за 2 місяці, я подумав: "От би Даяна побачила". — Бачу. Він крутий. В метро такі не дають» — «You know how in AA they give you chips? — But no salsa? — Using that… but when I got my two-month chip... I thought, "I wish Diane could see this." — I see it. It's amazing. It would not be improved by salsa»*. У цей момент у відео БоДжек дістає дійсно фішку круглої форми, тому треба було зберегти гру слів, яку зробила Даяна.

Типові жарти, частини анекдотів за таких же причин теж одомашнили: *«Чудова пілотна серія. Ніколи не чув, щоб так реготали із жарту про колобка, який повісився. А жарти про тещу їх взагалі добили» — «Great pilot. We got the biggest laugh I ever heard with that "gag me with a spoon" joke. And then we topped it with the "get a room" joke»; «У мене є сумніви. У нас та сама проблема, як у свекрух з невістками. — Постійна конкуренція» — «I doubt it. We have the same problem as a hematology lab that goes a week without electricity! — Too much bad blood!»*

Прямий відповідник було застосовано при перекладі: *«Який несмак, треба сказати главі ОСББ» — «Oh, what an eyesore. The HOA will be hearing about this», «Позлися на мене кілька днів, тоді знайду тобі іншу шабашку» — «You're gonna spend a couple days being mad at me, then I'll get you another gig»*, *«Ви заплатили 50 штук дітям у садочку за права на фільм за мотивами гри в квача» — «You paid 50 grand to a bunch of kindergartners for the movie rights to the game "tag"»*. Також використовують генералізацію для позначення реалій суспільства в певному місці: *«Хочеш випити шмурдяка? Ми його вже 20 років варимо» — «If you like toilet wine, we spent the past 20 years perfecting pruno»* (toilet wine — це алкогольний напій, який роблять ув'язнені нелегально із всього, що можна знайти, за ґратами. Шмурдяк же — сурогатний спиртний напій, недороге низькоякісне виноградне або плодово-ягідне вино, виготовлене з дешевого виноматеріалу. Деяку частину цей жаргонний вираз передає, але, на жаль, не повністю, бо кримінального жаргону для цієї реалії нема); *«Що тут відбувається? Не склала екзамен? Завалила вступ?» — «What's going on in there?*

Tough SAT prep course? Fail her learner's permit test?» (в оригіналі зазначаються конкретні екзамени на водійські права та курси по підготовці до екзаменів, але немає часу по ліп-синку задля довгого пояснення, тому що ця фраза говориться БоДжеком на емоціях, коли Мальва, його сестра, прийшла засмучена).

Адаптації були зроблені під час перекладу речей та істот, які притаманні США: *«Друзі, я щойно з'їв шаурму та задрипав сорочку» — «Oh, hey, guys. I was eating a taco earlier and I got salsa on my shirt», «Вона така прудка, наче лис в полюванні на кролика» — «Golly, she's more coy than a coyote claiming a cottontail»* (специфічні види тварин, які притаманні Північній Америці, тому є адаптація, яка бере за основу такі ж особливості по зовнішності тварин та їхній поведінці).

2. *Ономастичні реалії*

Алюзивні словесні репрезентації знаменитостей викликаються справжніми іменами, які згадуються лише в діалозі інших персонажів без візуального зображення, але вони можуть бути алюзивними, оскільки посилаються на ситуацію, яка добре відома або добре відома тільки в межах північноамериканської культури чи окремої субкультури, тому їх можливо адаптувати, не боючись невідповідності між візуальною і вербальною складовою: *«Не можна їсти печиво без молока. Це ніби ВВ без Скрипки» — «You can't have cookies without milk. That's like Wang without the Chung», «Він змушував мене плакати під музику Іво Бобула» — «He used to make me cry with him while listening to Cole Porter records», «Ви вважаєте, що для вас, псевдознаменитостей, правила не писані? — Псевдо? Ви сплутали мене з Олегом Вінником!» — «You think that because you're a pseudo-celebrity, normal rules don't apply to you? — Pseudo? Would you say that to Eric McCormack?»* (Ерік МакКормак і Коняка БоДжек — телевізійні зірки, тільки перший — справжній, а останній — вигаданий. Вони обидва відомі завдяки одній ролі: БоДжек з'явився у вигаданому ситкомі «Викинути коника», а Ерік МакКормак — у «Вілл і Грейс». Щоправда, останній серіал вийшов на екрани одночасно зі знаменитими «Друзями» і не зміг посісти перше місце серед глядачів, назавжди залишившись на другій сходинці. «Викинути…» також не зміг стати номером один за популярністю. Гумор

полягає в тому, що згадка про Еріка МакКормака радше підкреслює його провал, ніж дає надію на популярність. Знання про Еріка МакКормака можуть бути специфічними для певної культури чи субкультури, тому переклад цієї ситуації може бути складним. В українському перекладі використано ім'я Олега Винника, який є співаком, а не актором. Це змінює алюзію на кар'єру актора, але гумористичний ефект залишається. Він висміює популярність Олега Винника, який популярний серед жінок середнього віку, але не серед молодого покоління, і відомий переважно завдяки інтернет-мемам.); *«Тоді ми обговорили його улюблений альбом Братів Гадюкіних» — «And then we talked about his favorite Smash Mouth CDs»* (хороша адаптація, адже вся дія відбувається у світі з антропоморфними тваринами, тому Гадюкіни вписуються у контекст); *«Зараз навколо таке божевілля. Я… — Не треба. Тобі подобається "Божевілля". Це твоя улюблена пісня Petsy Cline, а на другому місці – пісня Петра Дмитриченка» — «Don't give me that, you want crazy. "Crazy" is your favorite Patsy Cline and your second favorite Gnarls Barkley song»; «Так, поселимо її на ферму, куди зірки їдуть, зоб зникнути, як Чед Майкл Мюррей чи Іво Бобул» — «Yeah, we'll send her to that farm where celebrities go to disappear, where Chad Michael Murray and Thora Birch went»; «… і що гірше – від неї мої сфери теплішають". — Що? — Як ти сюди птрапила? — Цо це таке? — Панчлайн до жарту з просмаження Олі Полякової. — Про глобальне потепління? — Це важлива проблема… Знайшов. "Наші стосунки більше не… Оля стає тільки гарячішою". Не те. — Ти був на просмаженні Олі Полякової? — Ні, але написав трохи жартів на випадок, якщо хтось захворіє і знадобиться заміна. — Ти хоч знаєш Полякову? Навіщо їм тебе кликати? — Не знаю. Мабуть, подумав, що моя агентка пропхає мене, якщо Ткач… Чому вони переплуталися?» — «…and worst of all she's got my globes a-warming!" How did that get in there? — What is that? — A punch line to a joke from the roast of January Jones. — A global warming joke? — It's an important issue. Here we go. — "Our relationship no longer has any... January has only gotten hotter and hot..." Nope. — Were you at the roast of January Jones? — No, but I wrote some jokes in case someone got sick and they needed a backup. — Do you even know January*

Jones? Why would they call you? — I guess I thought that my agent could get me in the mix if Jason Sudeikis... How did these get out of order?»; *«Який мій улюблений тип ігор? — Спортивні? — Ігор Кондратюк… Також він любить князя Ігоря» — «…what is my favorite kind of berry? — Barry Bostwick… He also likes Franken Berry»* треба було зберегти обманку з *berry*, тому використали слово *гра* в родовому відмінку, щоб воно було схоже на справжнє ім'я).

Крім антропонімів, зустрічаються назви брендів напоїв та їжі: *«Ваш Живчик, сер» — «Your Squirt, sir», «Тримай десятку, за гаражем є автомат з Живчиком, візьми 5 банок» — «Here's 10 bucks. There's a Squirt machine by the garage. Get five cans»* (у кадрі з'являється банка жовтого кольору, тому підібрали щось, шо схоже на оригінальний напій з банкою такого ж кольору); *«Даєн, привезеш мені велику шоколадку Рошен?.. Будь ласка, приїжджай швидше, Даєн. Ти потрібна людям Кордовії, а мені потрібна шоколадка Рошен» — «Diane! Will you bring me one of those big Toblerone bars?.. Please get here soon, Diane. The people of Cordovia need you and I need that Toblerone»*; *«Перед тобою нове обличчі молока морських коників від Дарів моря» — «You're looking at the new face of Seaborn's Seahorse Milk»* (Seaborn's Seahorse Milk — вигаданий бренд у всесвіті мультсеріалу, перекладачі вирішили зробити узагальнення і перекласти як «Дари моря», що нагадує назву рибного супермаркету); *«Фургон із морозивом врізався в фабрику з Бірміксом!» — «An ice cream truck crashed into the root beer factory!»* (кореневе пиво не настільки популярне в Україні, тому цей напій було замінено також пивним напоєм, але із фруктовим смаком, що для ЦА звучить набагато ближче).

Алюзії із назвою солодощів теж використовуються задля заміни інших ремінісценцій: *«Але тепер я тебе слухаю. Обіцяю бути поряд зараз і завжди. Я буду поряд, як палички Твікс» — «I know, but now I am listening, and I swear I will stay by your side, now and forever. I'll be on you like Urkel on Laura»* (в оригіналі йде ремінісценція на персонажів ситкому «Family Matters», який транслювався з 1989 до 1998 року. Через це він незнайомий для ЦА. Порівняння, яке робить

Містер Арахісовемасло, не буде зчитуватися, тому замінили на образ пари паличок Твікс).

Як і в «Нетутешніх», тут згадуються назви міст в перекладі: *«БоДжеку, пробач, я хотіла тобі сказати. Але коли я зателефонувала за номером, що ти дав, то натрапила на кав'ярню в Чернівцях» — «BoJack, I'm sorry, I really wanted to tell you. But when I called the number that you gave me, it was for a sandwich shop in Temecula», «Ти просто стара черепаха. Якого чорта? До речі, жахливо постарів. — Але в серці ти чемпіон. — У мене команда кардіологів в Житомирі, які кажуть не це» — «You're just some old turtle? What the hell? You've aged terribly. — But you've got the heart of a champion. — I got a team of cardiologists at Cedars who say different»* (не зовсім повністю передає весь сенс, адже Cedars-Sinai Medical Center — це престижний медичний інститут, який багатий пан Черепахович міг собі дозволити, тому використання міста Житомир не є обґрунтованим; в Україні теж є престижні лікарні, якими б можна було замінити).

Оскільки часто життя зірок залежить від ЗМІ, в оригіналі теж це висміюється і згадуються телевізійні канали: *«БоДжеку, ти зараз дивишся 1+2+3?» — «BoJack, are you watching MSNBSea right now?»* (це гра слів на MSNBC, що справді існує, тому у перекладі ми бачимо алюзію на канал 1+1, але теж змінену, щоб передати ефект); *«Хочеш вести шоу, наприкінці якого всім паршиво? Можеш сісти в свою машину, поїхати на Шулявку та продати його СТБ» — «You want to host a game show where everyone feels bad at the end? You can get in your little car, drive to Santa Monica and pitch it to AMC»*.

Вдалою адаптацією з конкретизацією було *«Мені не можна вмирати. Я в Червоній книзі!» — «I can't die. I'm endangered!»* Частини із всесвітньовідомими ж людьми не застосовували адаптацію, а використовували просто транскодування: *«Чуєш, Діді, принеси мені пиво. — Мені теж, Діді. — Гері, Марті, я щойно приїхала. — Ой, принцесі Діані впадло принести братові пиво» — «Yo, Deedee, get me a beer. — Yeah, make that two, Deedee. — Gary, Marty, I just got home. — Ooh, Princess Diane doesn't want to get her brother a beer»*.

3. Елементи суспільного життя

Життя будь-якої знаменитості не обходиться без закладів харчування, супермаркетів, державних установ, тож їх можна зустріти і в цьому мультсеріалі: *«А, я проґавив акцію в Ікеї. Життя та безмежний вирій проґавлених можливостей. Деякі стосуються Ікеї» — «Looks like I missed quite a deal at Pottery Barn. Life is but an endless series of missed opportunities, some involving Pottery Barn», «Простіше нема куди. Ідемо до РАКСу, шукаємо свідоцтво про народження Мальви і дивимося, хто мама. Усе» — «The plan couldn't be simpler. Go to the county courthouse, ask to see all the birth certificates on file, find Hollyhock's, see what it says in the "mother" spot»* (така зміна є логічною, адже свідоцтво про народження в Україні і справді береться у РАКСу, але далі йде невідповідність, адже через 10 хв, коли озвучується назва будівлі, то вона звучить, як «Окружний суд», але в оригіналі вони не поїхали в інше місто, тому це неузгодження збиває з пантелику); *«Я гарний кінь, який робить добрі справи. Хотів поснідати в Челентано, я на це заробив, у мене є гарні наміри на день, а у них закінчилися соуси. Я пішов через дорогу в пиріжкову, як лошара» — «Because I'm a good guy trying to do the right thing. First, I go for my breakfast Pinkberry, which I had earned because I had good intentions for today, they're out of my favorite toppings! So I go across the street to Menchie's, like some kind of hobo»* (Menchie's Frozen Yogurt і Pinkberry — заклади, в яких продають заморожені йогурти з поливками чи посипками, але у Pinkberry йогурти дорожчі і більш преміальні, тому БоДжек і був незадоволений. У перекладі вирішили пограти не лише на статусі закладів, а на їх впізнаваності. Челентано теж далеко не найпрестижніший заклад, але там все одно дорожче, ніж у простій пиріжковій). Адаптації також зазнають не тільки заклади, а й сама їжа: *«Я б уже замовив подвійну печену картоплю, тому що я поспішаю. "То, може, варто менше плакати і більше працювати?" Дівчина вибачилася. Знову. Запропонувала безкоштовний кетчуп до картоплі. Коли я йшов, то подумав: "Мені дали безкоштовний кетчуп, тому що померла мама". Ніхто не каже, що коли помирають мами, то вам дають кетчуп» — «And I would like to order a Double*

Jack Meal, and I've kinda got somewhere to be, so maybe less with the crying and more with the frying, huh? And the girl apologizes, again, and she offers me a free churro with my meal. And as I'm leaving, I think, "I just got a free churro because my mom died." No one ever tells you when your mom dies, you get a free churro».

«Якщо твоє запитання починається із "Ти пам'ятаєш" і не закінчується на "як ти ненавидиш Караоке на Майдані", то відповідь – ні» — «Just as a general rule, if your question begins, "Do you remember" and doesn't end with "how much you hated Moulin Rouge," the answer's no» — тут ми знову повертаємося до проблеми, що культура мюзиклів в такому масштабі не існує в українському суспільстві, тому треба було підібрати щось, у чому співають, тому вибір впав на «Караоке на Майдані».

4. Етнографічні реалії

Щоб адаптувати деякі аналогії, у яких згадуються бренди, використовують деякі приклади страв та напоїв української кухні: *«Ви фальшивки! Бурбон — це назва округу, не можна робити бурбон у Німеччині. Це те саме, що робити борщ не в Україні» — «Bourbon is the name of a county. You can't just make bourbon in Germany. That would be like making Rice-A-Roni anywhere but San Francisco»* (Rice-A-Roni — суміш швидкого приготування, у якої навіть слоган — "The San Francisco Treat", тобто місце походження дуже важливе для цієї компанії, на чому і наполягає Тодд. Цю аналогію неможливо зрозуміти без пояснення, а з поясненням жарт вже не буде смішним, плюс, в озвученні неможливо вжити довге пояснення, адже є обмеження по часу); *«Я не особливо люблю червоне, але "Ось вам стейк, сер, а до нього охолоджений узвар з грушок", розумієте?» — «I'm not even a red wine guy, but come on! "Here's your steak, sir. Would you like an ice-cold Dr. Pepper to go with that?" I mean...»*

5. Історичні та політичні реалії

Нові смислові шари з'являються в озвученні: *«"Відтепер я нова людина". Ось, що має промовляти ваше обличчя до перехожих на вулиці. Ми називаємо цей підхід "НКВС". Н-К-В-С — народу кортить все бачити» — «"I've got a new attitude." That's what your face should be saying to everyone you pass on the street.*

We call that the PANTS approach. P-A-N-T-S. People all need to see». В оригіналі кумедність будується на тому, що підхід з пафосними афірмаціями, які слухав БоДжек на телефоні, називається PANTS — ШТАНИ, але є розшифровка абревіатури в наступному же реченні, тому треба локалізувати її. Ми бачимо, що розшифровка майже буквально перекладена, але збирається вона в зовсім іншу абревіатуру — НКВС. З історії знаємо, що його можна розшифрувати як Народний комісаріат внутрішніх справ (СРСР), який займався розвідкою, карним розшуком, ГУЛАГами, боротьбою з національними та політичними рухами тощо. З'являється гірка іронія, яка буде зрозуміла лише ЦА, адже подкаст у мультсеріалі був присвячений мотивації, як жити краще, але очевидно, що із НКВС та їхніми репресіями ніякого щасливого життя навіть на горизонті не було.

- Ремінісценції

1. *Ремінісценції з поп-культури*

Щоб глибше розкрити персонажів, використовують твори поп-культури, бо через інтереси та хобі можна краще зрозуміти людину: *«Це Хдо, Доктор Хдо. — Саме так, доктор Хдо. Доктор Аллен Хдо. — Ні, я думав там Хто, як Доктор Хто. — Там саме так і написано. — Ні, не Х-Д-О, А ХТО, як в "Ало, хто це?"... Реально? Тільки я знаю неймовірно популярний науково-фантастичний серіал про Доктора, який подорожує в часі і рятує цивілізації?» — «It's "Hu." Dr. Hu. — That's right, Dr. Hu. Dr. Allen Hu. — No, no, no, but I thought it was "Who," like Doctor Who. — Yes, that's exactly what it's like. — No, not H-U, but, "who," like, "Hello, who is it?"... Seriously? Am I the only one who knows the extremely popular BBC science fiction show about the time traveling doctor who saves civilizations?»* У цій сцені БоДжек розмовляв зі своїми друзями та доктором Хдо, який на той момент виписував наркотичні речовини за гроші. Ми бачимо, як відбувається розрив між поколіннями. Крім цього, БоДжек справді любив акторство, тому дивився різні культові серіали та фільми. Позаяк «Доктор Хто» — це дійсно легендарний серіал, то його не змінювали в озвученні, але треба було змінювати принцип гри слів. Позаяк в англійської та української мови різні принципи

орфографії, то в українській локалізації гра слів була основана на омонімах, де змінюється пара схожих за звучанням звуків [д] - [т].

«Ось, що я думаю про "За двома зайцями". Пам'ятаєте такий фільм?» — «And that is my opinion on the Octomom. Remember Octomom?» Octomom — американська медіа-персона, яка привернула увагу міжнародної спільноти, коли в січні 2009 року народила вісімняшок завдяки процедурі ЕКЗ, які змогли вижити. У той час жінка не сходила з перших сторінок таблоїдів і роздавала інтерв'ю, тому викликала у суспільстві ажіотаж. Не факт, що багато глядачів української аудиторії пам'ятає цей скандал, тому перекладачі вирішили зробити покластися на контекст мультсеріалу і згадати фільм, де в назві є тварина.

А є приклад, коли переклад без адаптації не працює: *«Що ти кажеш? Паніка? На дискотеці?» — «What's that, you say? There's a panic? At the disco?»* В оригіналі Марв Робить посилання на рок-гурт Panic! at the Disco, але якщо перекладати назву, то втрачається зразу інтертекстуальність.

2. Літературні ремінісценції

Щоб адаптувати деякі ономастичні реалії, використали літературну ремінісценцію, яка знайома багатьом представникам ЦА, задля збереження гіперболізації: *«Як перший день із прес-шавками? — Нескінченний. Як друга частина "Війни і миру"» — «How was your first big day at the press junket? — Endless. It was like the second act of a Judd Apatow movie»*.

Використовуються не тільки набутки іноземної літератури, а й української теж задля адаптації збереження порівняння з менш знайомих творів: *«Уявляєш, БоДжеку, майже чверть століття! Ми майже щодня розмовляємо по телефону, ділимося найпотаємнішими таємниця, підтримуємо у всьому! Ми з тобою, як тореадори з Васюківки» — «Can you believe it, BoJack? It's been almost a quarter of a century. Talking on the phone pretty much every day, sharing our deepest dreams and secrets, being there for each other through all of it, bosom friends, Anne of Green Gables style»*.

3. Ремінісценції з інтернет-культури

Як і в «Нетутешніх», перекладачі можуть пробивати четверту стінку задля ефекту неочікуваності: *«Вибач, Тоде, а ти кінозірка? — Ну, якось я озвучував фільм для НеЗупиняйПродакшн. Це доволі цікава історія… — Тоде, не час для дивних історій, які взялися з повітря» — «I'm sorry, Todd. Are you a movie star? — I did narrate a Mazda commercial. Funny story how that came together. — This is not the time for one of your weird stories that go nowhere».*

Є один цікавий приклад, який показує, що час, коли робився переклад, дуже впливає на вихідний текст: *«Номінанти в категорії "Найкращий актор у кінофільмі чи тік-току"» — «The nominees for best actor in a motion picture or Vine are...»* Річ у тім, що третій сезон «Коняки БоДжека» вийшов 22 липня 2016 року, а переклад команда «НеЗупиняйПродакшн» робила у 2020. Дуже багато чого змінилося в Інтернеті за цей час, бо якраз Vine існував у період з 2013 до 2016 року. Тобто на момент перекладу ця реалія вже була зовсім неактуальна, тому у перекладі бачимо сучасний аналог — TikTok.

- Цитати

1. *Трансформована цитата*

«Господи, як помру, то поховайте мене в Кеті Айрленд» — «Good God, when I die, bury me in Kathy Ireland» — бачимо частину цитати з «Заповіту» Т. Шевченка для надання більшої комічності, втиснувши інтертекст в інше місце, а не замість імені акторки.

2. *Канонічна цитата*

Задля адаптації гри слів звертаються до римських сентенцій: *«Ще побачимося! Усі дороги ведуть в Рим!» — «I'll see you next time! I'm Roman around the lot!»* За контекстом тоді Містер Арахісовемасло знімався у рекламі, де був одягнений у римські обладунки, тому він і пожартував з *roaming around ma Roman around*, але через різницю в мовах така гра неможлива, тому переклали за допомогою сентенції, яка частково передає ефект оригіналу.

3.1.4. Порівняльний аналіз вихідного й цільового кінотексту мультсеріалу «Розчарування»

Апелюючи до сучасності з «Сімпсонами» та майбутнього з «Футурамою», продюсер Метт Ґрейнінґ стрибає у минуле з **«Розчаруванням»/«Disenchantment»**. «Розчарування» — це історія принцеси Бін з вигаданого королівства Дрімленд. Вона антипод усіх милих казкових героїнь, бо принцеса Метта Ґрейнінґа хуліганить, б'ється, грає в карти і пиячить. Її бунтарський дух, пристрасть до пригод та деяка емоційна нестабільність стають найважливішими сюжетними тригерами. У всіх головних історіях її супроводжують незвичайні друзі, яких Бін зустрічає у першій серії: ельф Ельфо та особистий демон Чортик/Люцик (в залежності від перекладу).

У цьому мультсеріалі вгадується фірмовий почерк творця «Сімпсонів» і «Футурами» — від відомих фізичних пропорцій персонажів до уваги до деталей на кшталт гуморних вивісок на задньому плані. «Розчарування» помітно більш цілісним та сюжетним проектом. Хоча епізоди все ще віддають данину серійному формату, розповідаючи самодостатні історії у кожній серії, вони все одно складаються в єдину сюжетну арку: персонажі розвиваються від серії до серії, а принагідно розкриваються загадки, які вистрілюють лише потім, доповнюючи загальну міфологію серіалу. Все це ніби переносить «Розчарування» в площину повноцінного драматичного серіалу, де глядацький емоційний зв'язок має бути набагато глибший, ніж у звичайному ситкомі.

Фентезійний світ виявився дуже зручним для дослідження різних поведінкових схем та стереотипів, їх інтерпретацій, осмислення та висміювання. Хоч би що говорили, але фентезі про принцесу — це насправді історія про пошук свого місця в житті, боротьбу за це місце та неминучі розчарування. Жанр фентезі таїть у собі надто багато штампів, щоб така людина, як Метт Ґрейнінґ, упустила можливість з них посміятися. Далеко не всім виходить сміятися над комплексами, фрустраціями, розчаруваннями дорослого життя. Але у Ґрейнінґа якраз виходить. Гумор «Розчарування» не такий жорсткий, як у «Сімпсонах», але

фірмовий стиль автора, безперечно, впізнається, тому ми і зустрічаємо багато ігор слів, каламбурів, іноді навіть апелювань до побутових та суспільних особливостей.

1-2 сезони були озвучені **AdrianZP**, а 3-й сезон — творчим об'єднанням **«Цікава ідея»**.

- Алюзії

1. Побутові реалії

Для посилення експресивності використовують українізовані натяки на побут: *«Я повернуся ще до того, як останній кум впаде в миску з олів'є» — «I shall return before the last uncle passes out»; «Швидше! Це пограбування, а не сімейний святвечір» — «Come on! This is a burglary, not a family reunion»; «Я вже на ладан дихаю» — «I'm dyin' over here»; «Я старий. Життя побило мене, наче дворового собаку» — «I'm old. Life's beaten me down like a diseased circus monkey».*

Низка алюзій пов'язана з життям молодих людей, адже Бін не так давно стала повнолітньою за сюжетом мультсеріалу: «*Я звичайний підліток: нюхаю клей, вдираюсь до замків» — «No, I'm just a normal teenager, high on bread mold, breaking into castles»; «…Але щоб до світанку повернулася, бо… — Ти мені усі патли повисмикуєш. — Залишу тобі чубчик на щастя» — «Go on, but sneak home by sunup, or… — You'll cut off all my toes. — I'll leave you one for good luck»* («патли повисмикувати» — часто зустрічається в реальному житті, коли людина погрожує іншій, тому цю адаптацію вважаємо експресивнішою за буквальний переклад).

Для більшого розуміння градації використали одомашнення: *«На фарш його пущу. Я його проти шерсті погладжу, прив'яжу консервну банку до хвоста. Вони від цього дуріють» — «I'll pulverize him. I'll pet him in the wrong direction. I'll put a cucumber beside him. That drives them crazy»*. В інтернеті свого часу розлетілася інформація, що коти бояться огірків, бо вони нагадують змій, тому автори вирішили для Зоґа написати таку фразу. В українському суспільстві такий метод «лякання» кішок не такий відомий, а от прив'язування банок до хвоста було «розвагою» людей і методом знущання над твариною.

Про милість Ельфо було застосовано декілька аналогів та порівнянь з одомашненими складовими: *«О-о, він такий милий, наче містер дитсадка "Віночок" 18-го року» — «Aw, I think he looks cute, like the mayor of Babyville»; «Ти лаєшся, як хлочик-зайчик» — «Your noble intent far outweighs your benign, choir-boy swearing», «Як тобі мій прикид? — Ти мов мажорна пічка-буржуйка» — «How do I look? — Like a wealthy potbelly stove»* (аналог).

Щоб зробити мовлення більш природним, використали одомашнені крилаті фрази: *«Я не мав забувати, що всі ви, буржуї, - однакові. Вважаєте, що ми село неасфальтоване й без царя в голові!» — «I should've knowed it. All you royals are the same. You think we're all just a bunch of unsophisticated, backwoods, know-nothin' yokels who don't know nothin'!»*

Аби не використовувати описовий метод, бо він занадто довгий для аудіовізуального твору, знайшли аналог, який теж підходить по контексту: *«Я смакуватиму горілочку з дитячого черепа» — «I'm gonna drink flaming grog from a baby skull»*.

За допомогою адаптації більш експресивним став заголовок книги: *«Фантастичні казки з картинками для мамкиних синочків?» — «"Fantastic Tales for Timid Boys Illustrated"?»*

2. *Ономастичні реалії*

Задля досягнення такого ж ефекту від гри слів, застосовуються адаптації: *«Дякую, що мастили мене щодня олією! — Це був маринад. Ми збиралися тебе з'їсти. — Ага, Марина ще так красуня. Було приємно познайомитися» — «Thanks for oiling my corpse every day! — That was a marinade. We were going to eat you. — Yes, that was a merry day. It was nice to meet you!», «Це буде пані-баржа. І вона курсує до Русалчиного острову. — І там справді живуть русалки? Чи його просто назвали на честь Руслани Писанки? — На честь неї, але русалки там теж водяться» — «They call it a party barge, and it's charting a course for Mermaid Island. — This island has real mermaids? It's not just named after Gerald K. Mermaid? — It was named after him, but it also has mermaids»* (за контекстом Gerald K. Mermaid — дослідник, який знайшов і на честь якого назвали острів русалок,

тобто це внутрішній інтертекст. Але його ім'я згадується один раз за мультсеріал, тому не є важливим для сюжету. Завдяки цьому у перекладачів є свобода для вибору того, що буде підходити для гри слів з Русалчиним островом, бо якраз він важливий для всього мультсеріалу).

Українізація з онімами відбувалася в таких випадках: *«Зараз підфарбуємо ваші щічки. Пам'ятайте, Оля Фреймут радить п'явки» — «We'll make your cheeks look nice and rosy. Whores rouge. Ladies leech»* (не впевнені, наскільки ця адаптація є адекватною в контексті середньовічного фентезійного світу, але ефект така зміна виконує дійсно схожий); *«Пендельґасте, хто твої найліпші слідопити? — Орлине Око та Блискавка, сер. Але вони заблукали, тож нехай будуть Олег та Вінник» — «Pendergast, who are your best trackers? — That would be Stryker and Bolt, sire. But they're lost,so, it'll be Turbish and Mertz»; «Знаю одне місце, де Зоґа ніхто не почує. Ми там тримали Вєрку Сердючку» — «I know a place we can keep Zøg that's completely soundproof. It's where we put that zydeco band»*.

Існують випадки, коли можна покластися на візуальну складову: *«Ого, одного дня дивовижна цивілізація перетворилася на страшний дім із химерами» — «Wow, one day you're an amazing civilization, the next you're a creepy spook-house»*. На екрані в цей момент ми бачимо, як герої йдуть по старовинному храму, де всі жителі країни перетворилися на камінь. На Домі з химерами якраз і знаходяться кам'яні фігури, тому при перегляді спрацює асоціативна пам'ять.

3. *Елементи суспільного життя*

У релігійній термінології можна знайти прямі відповідники, тому використали більш зрозумілий для ЦА: *«Мені не по собі у церкві. (Чортик відкриває пляшку) — Це кагор» — «I'm not exactly comfortable in a church. — That's communion wine»*.

У Середньовіччі жінок не відправляли на навчання, тому сценарист робить вкладає саркастичну фразу у вуста одного зі священників: *«Що діється з моєю донькою? Вона наче сказилася. — Згідно сувоїв, не слід її було відправляти до університету Шевченка» — «What the hell's wrong with my daughter? She's like a one-man*

wrecking woman. — According to the holy books, your first mistake was educating her». Але тут перекладачі вирішили скористатися конкретизацією і вказати певний університет. Не скажемо, що це найбільш адекватний варіант для цього випадку, бо не правдоподібно навіть для фентезійного світу.

4. *Етнографічні реалії*

«Грати на трембіті небезпечно» — «Yodel at your own risk». Йодль — наспіви альпійських горців, тому ця табличка стояла в горах. Трембіта теж більш поширена у східній частині Українських Карпат, тому ця заміна буде прагматичною.

- Ремінісценції

1. *Ремінісценції з поп-культури*

Для більшої експресії використовують також і посилання на пісні та музичних виконавців: *«Ну, показуй дикі танці!» — «Well, get to it!»; «Ага-ага, а десять хвилин тому за тобою гналася велика молода вовчиця» — «Sure, sure. Ten minutes ago, there was a big, scary shadow following you»* (ця фраза говориться персонажу, якого в перекладі назвали Винник, тому ці інтертекстуальності пов'язані); *«Полагодимо карету і поїдемо у тур по країні, будемо грати усіляку всячину і не розпадемося, як якісь там бітли» — «We'll fix up an old carriage and tour the country, playing what we want to play, never selling out, never splitting up»* (у цей момент Бін була під психотропними речовинами, тому посилання на неіснуюче у тому всесвіті в такому контексті має правдоподібний вигляд).

Щоб адаптувати сталий вираз, використали інтертекст з вихідної культури: *«Питаннячко. А оця вся маячня про літаючу мітлу — казочки для дітей? Адже я не співаю з пташками, як Фіона» — «So I gotta know, is that whole flying broom thing just an old wives' tale? Like how people expect me to kiss frogs and talk to birds?»* Оскільки «Розчарування» — пародія на кліше фентезійного жанру, то такий інтертекст теж додає додатковий шар, адже це принцеса зі «Шреку», який також є пародією на казки. На фільми також робиться посилання: «*Безсмертя — це прокляття. Якщо життя нескінченне, то і все решта теж. Суцільний день*

бабака…» — «Immortality is a curse. When life is endless, so is everything else. The monotony, the repetition…»

«А в Капітошку зіграємо? — Ну, не знаю. — Давай. Капітошка - милий дитячий мульт. А ми гру придумали. Ка-пі-тош-ка» — «Wanna play Zip-a-dee-doo-dah? — I don't know. — Come on, parse it out. There's no slapping in the name. It's a legitimate game, my friend. Zip-a-dee-doo-dah!» Zip-a-Dee-Doo-Dah — пісня з музичного фільму «Пісня Півдня», яка не викликає ніяких асоціацій у цільової аудиторії, тому відбулася зміна на більш знайомого персонажа.

2. Літературні ремінісценції

Назва майже кожної серії є посилання на якусь відому фразу, твір, фільм, тощо. І одна з серій називалася «*По кому рохкає порося» — «For whom the pig oinks»*. Це ремінісценція на роман Ернеста Гемінґуея «По кому подзвін». Перекладачі розпізнали її і змогли зберегти структуру назви оригінального твору.

«*Можливо, старі легенди не брешуть щодо ельфів. Гадаю, в "Іліаді" Котляревського можна знайти чимало прихованих таємниць» — «It appears there may be truth to the old legends regarding the elves. It seems certain secrets were set down in the ancient writings of Mephismo».* В оригіналі ми бачимо навмисну помилку в слові Mephisto, тому перекладач робить теж навмисну помилку в «Еліаді».

«Знаєш, якщо не спати 3 доби, можна збожеволіти. Тож прокидайся, Солодка Даруся» — «You know, if you don't sleep for 72 hours, you become clinically insane. So wakey-wakey, nutbag» — посилання на однойменний твір М. Матіос, бо Дарусю якраз і називали божевільною, що і позначає *nutbag*.

Для більшої наочності використовують інтертекстуальні образи: *«Словом, ми тут типу послідовники Робін Гуда, грабуємо людей і не проти такої дівки в команді» — «So our crime, yeah, is one for the ages. A real legendary caper. We could use your help»; «Тільки не втрачай голову. Це так кати жартують. Усі жарти почуєш хвилин за 15, а далі піде шекспірівська трагедія» — «Well, we best be*

heading to work. That's an executioner joke. You'll hear all of them in the first 15 minutes, then it's basically just human tragedy».

- Цитата

1. *Трансформована цитата*

«Ніч така місячна, зоряна, ясная, видно, хоч рибку лови. Ти ж моя рибонька, віронька милая, та й на гачок припливи» — «Star light, bar fight, first star I see tonight, I wish I may, I wish I might, eat the dish I fish tonight». В оригіналі робиться пародія на пісню-колискову «Star Light, Star Bright». Це один із випадків, коли треба зробити пісню про пісню, зважаючи на контекст. Перекладачі пішли таким же шляхом і взяли пісню, яка б вписувалась по контексту, адже в той момент надворі і справді була ніч.

- Поєднання різних видів інтертекстуальності

Ономастична реалія + історичні та політичні реалії (2 алюзії)

На різниці вимови завжди важко грати зі словами, особливо, коли береться дві різні мови. Перекладачі вирішили зробити додаткову інтертекстуальність у виді згадування російської співачки-зрадниці Лоліти, щоб більш наочно показати ось цю різницю у прізвищах: *«Вселяюся я у цю герцогиню, а вона візьми і відкинься. Я така: "І де ж мені тепер жити?" Ганьба. — Та це ж Лоліта Мілявська. — Лоліта Мілявская. Я тепер московська штучка» — «So there I am, possessing the Duchess and she has the nerve to drop dead. And I'm like, "Now where am I gonna live?" Rude. — Ugh. Well, if it isn't Stacianne LeBlott. — It's LeBlatt. Yeah, it's French»*.

3.2. Особливості адаптації кінотексту з використанням інтертекстуальних елементів

Перш за все інтертекст вводиться авторами і перекладачами задля апеляції до глядача, бо всі ці твори є продуктами епохи постмодернізму, вони всі є прикладами так званого метамистецтва, де герої знають, що вони в мультсеріалі. Завдяки цьому і з’являється деяка іронія всього, що відбувається на екрані.

Однією з характеристик подібного мистецтва — це руйнування четвертої стіни (зачатки якої можна знайти ще в п’єсах Шекспіра), коли герої напряму звертаються до глядача, коли автори вставляють якісь факти зі свого справжнього життя чи те, що їх хвилію в певний момент, адже це ця категорія анімації дуже рефлективна. На приклад, Рафаель Боб-Ваксберг придумав ідею «Коняки БоДжека», коли гостював у друзів в Лос-Анджелесі, вийшов на балкон і дивився на місто на горі пагорбу, так і зародилася думка про самотність, не зважаючи на успіх та гроші. У більш комедійних мультсеріалах для дорослої аудиторії герої можуть проговорювати ставлення самих сценаристів, авторів до певної проблеми у світі, тому і з’являється ось цей метатекст як коментар до суспільства або ж як засіб комічного, що приємно руйнує очікування глядача. Але оскільки далеко не всі реалії, проблеми, особистості відомі широкому загалу, застосовується адаптація, але в різній серіальній мультиплікації домінують різні засоби досягнення інтертекстуальності.

Загалом вводиться інтертекстуальність, коли намагаються знайти еквівалент, щоб зберегти ефект одиниці аудіовізуального тексту. Зазвичай є тенденції до одомашнення різних брендів, назв компаній, страв, імен. Намагаються зберегти ефект, зазвичай це комедійний, але таким чином втрачається підтекст, великодки, які автори заклали задля глибшого розкриття персонажів або ж для «підморгування» глядачу.

Так от в дубляжі «Готелі Газбін» від Lifecycle (Рис. 11) превалюють алюзії на побутові реалії та елементи суспільного життя, бо герої живуть у своєму всесвіті, вони не контактують із людьми із «реального світу». Саме тому певні поп-культурні ремінісценції у цьому випадку не грають значної ролі, але іноді вони були приємним бонусом при перегляді, якщо глядач не тільки слухає, а й уважно читає написи на екрані, які були локалізовані командою.

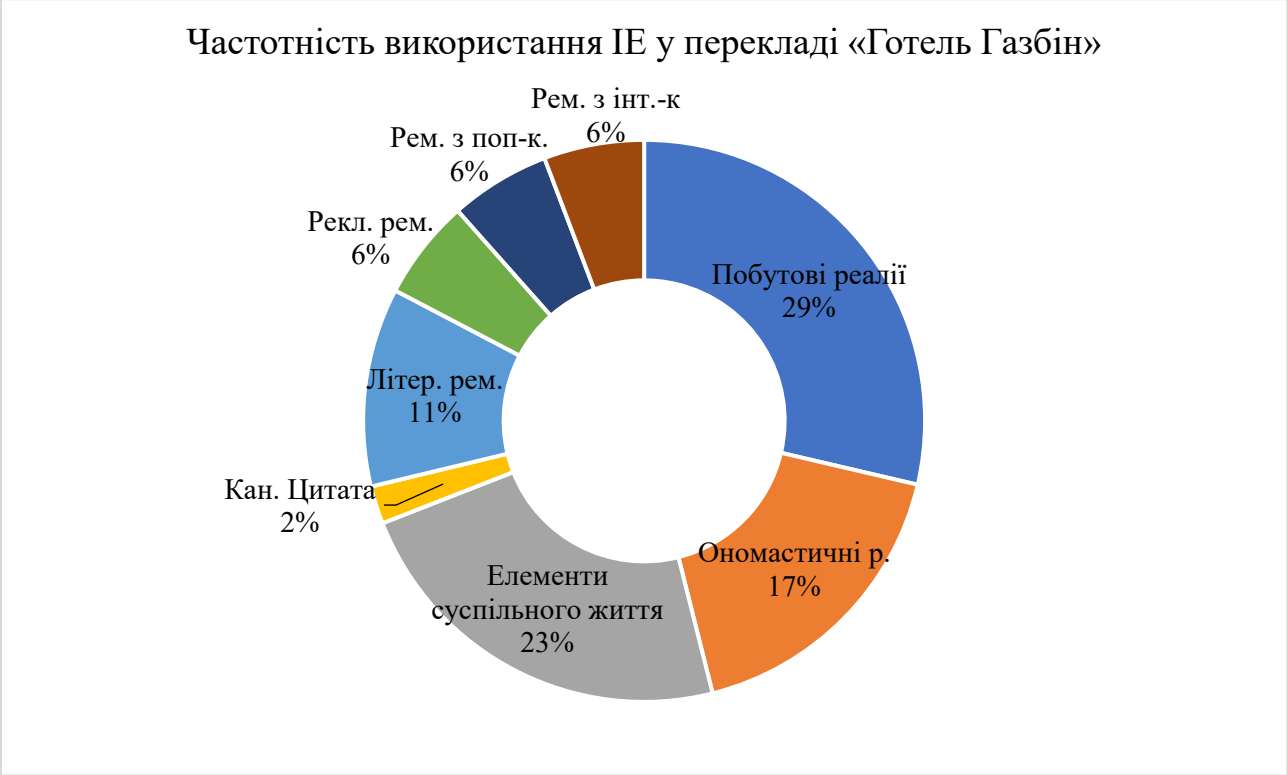

Рисунок 11

Ситуація трохи інша у «Збіса бос» (Рис. 12) в озвученні від команди MariamProject, адже основний задум — це те, що біси нижнього рівня виходять до світу людей і вбивають особу, яку їм замовив грішник у Пеклі. Тобто вони майже весь час взаємодіють з людською культурою, нам показують цих справжніх людей, тому і з'являється інтертекстуальність. Команда змогла передати дух оригіналу, але, маємо визнати, що іноді важливо сюжетні елементи були втрачені заради комічного ефекту, як от з назвою кола *Wrath – Рахів*, а не *Гнів*. Можливо, менш експресивно, але так ми більше розуміємо про те, чому у Міллі бувають спалахи люті, хоч вона дуже добра, якщо порівнювати з іншими персонажами.

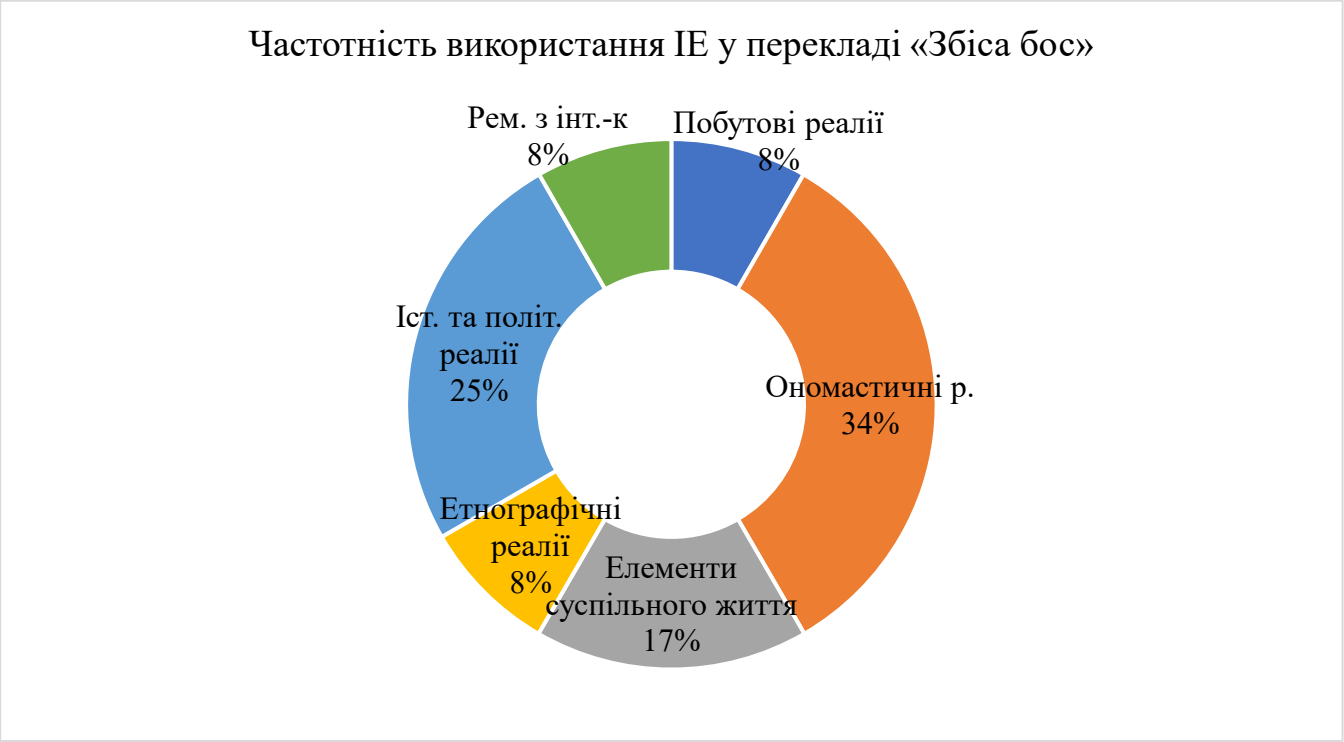

Рисунок 12

У перекладі (озвученні) «Нетутешніх» ми знову бачимо тенденцію до ономастичних алюзій, адже в ньому згадується досить багато зірок, просто впливових людей, назв закладів, компаній, які можуть бути незрозумілими глядачеві цільової аудиторії. Також з багатьма топонімами пов'язані стереотипи та внутрішні жарти, тож подібні випадки теж локалізуються. Деякі ж поняття, звісно ж, не адаптуються, бо перекладачі вважають, що реалія буде знайома, чи вона є спільною для обох культур: «*Не розтягуй мою найкращу футболку! Я літрами Корону пив, аби її виграти*» — «*Hey, stop it! You're ruining my best shirt. Do you know how many Corona Lights I had to drink to get this?*» —змінюється не сама реалія, а просто вилучається додатковий опис. Бувають також і серії, які повністю пародіюють якийсь фільм чи твір. Подібне також не одомашнюється, а залишають, як є, використовуючи назви, що були в офіційному прокаті. Так різдвяний спешл про, те, як головні герої потрапили у фільм «Подарунок на

Різдво». Неможливо так одомашнити такі випадки, щоби цілком уникнути розбіжностей та прогалин.

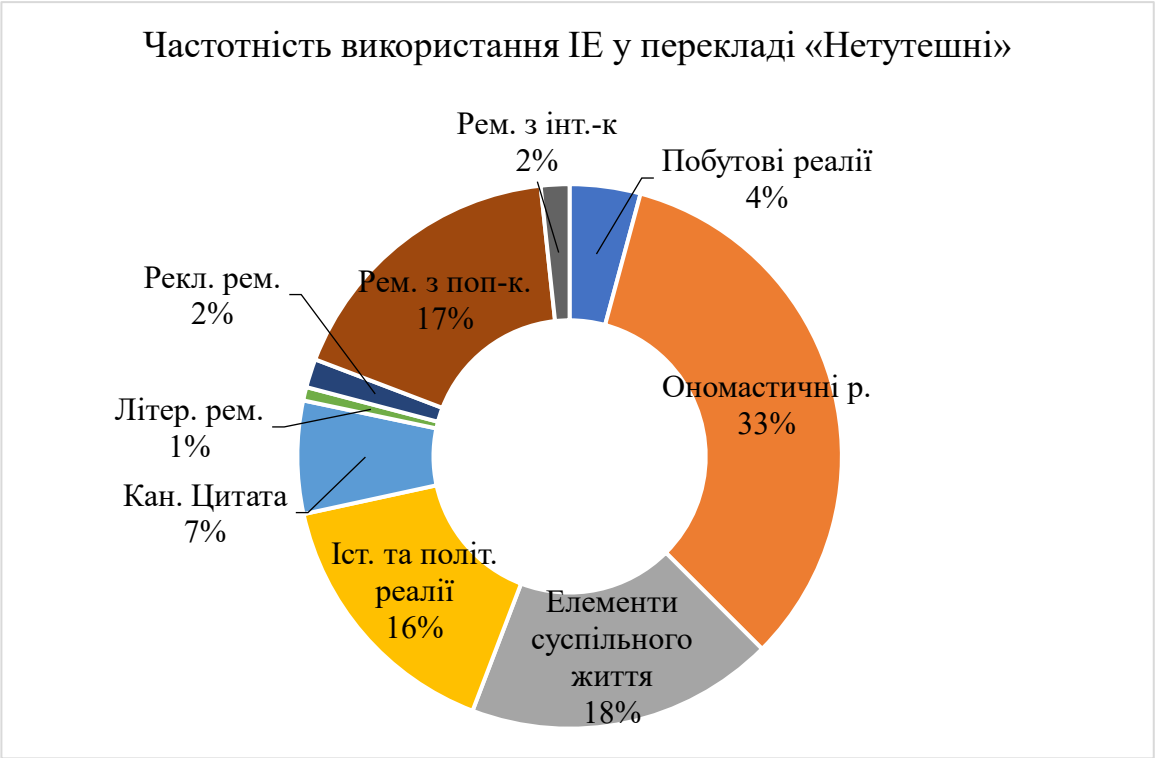

Рисунок 13

На рисунку 14 можна побачити, що в перекладі «Коняки БоДжека» превалюють алюзії з побутовими реаліями та онімами, що не дивно, адже все шоу присвячено пародіюванню та сатирі над світом шоу-бізнесу. Зазвичай інтертексти в перекладі використовувались задля заміни невідомих концептів, адаптації гри слів, аналогій та порівнянь.

На рисунку 15 помічаємо, що більшість інтертекстів мали побутовий характер, бо хоч це і пародія на фентезійний світ, але в ньому є логіка, тому окремі посилання на інтернет-культуру використовуються не так часто. Інтертекст в цьому творі використовують як інструмент надання експресивності живому мовленню та художнім засобам (градація, гра слів тощо). Літературні ремінісценції застосовувалися для того, щоб за допомогою асоціацій створити потрібний образ і надати повне розуміння цільовій аудиторії.

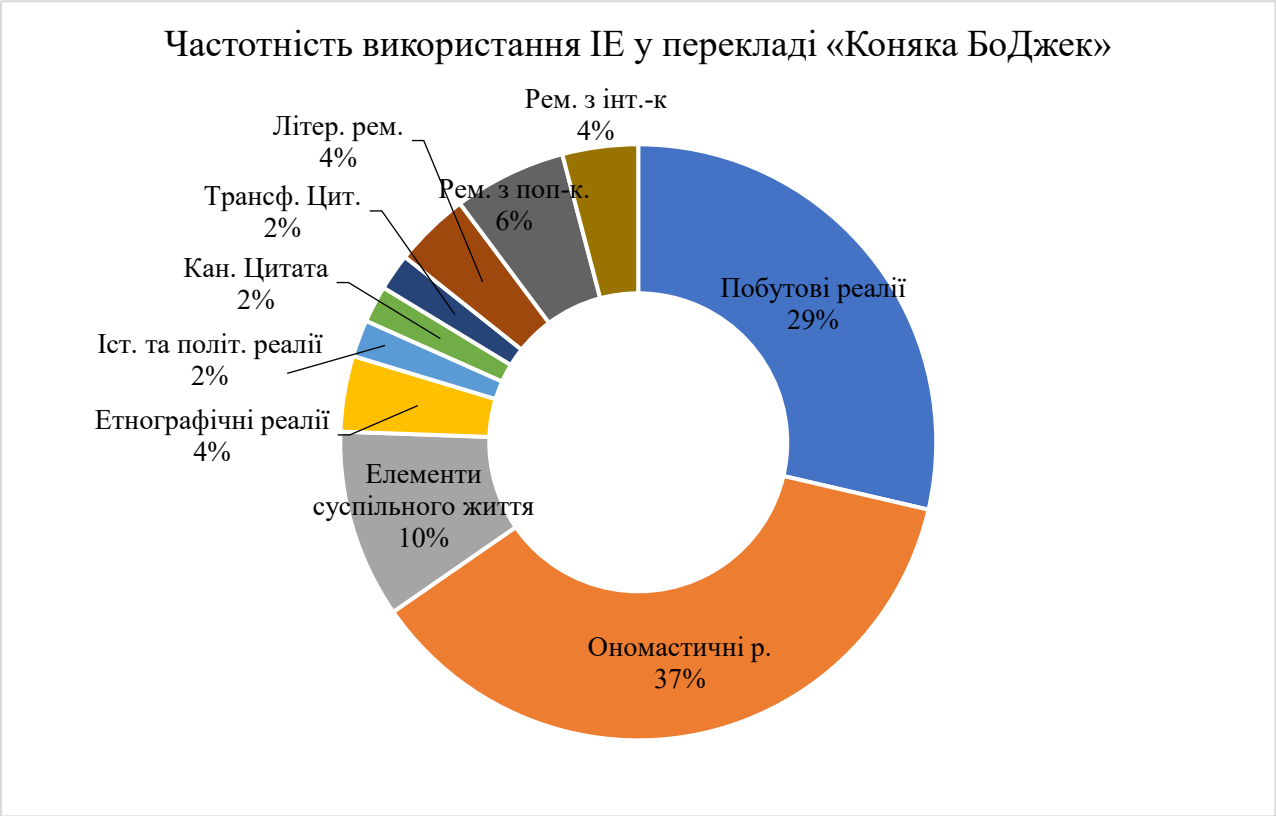

Рисунок 14

Рисунок 15

Впродовж розгортання історії способи перекладу інтертекстуальності в аудіовізуальних творах видозмінюються, оскільки з часом змінюються і сам глядач, й автори кінотексту. Можна помітити певну тенденцію адаптації до апелювання до цільової культури, якщо це не надто впливає на основний сюжет. Перекладач, який використовує засоби інтертекстуальності в цільовому тексті, прагне того, щоб вони були зрозумілі глядачем, тому він звертається до текстів, знайомих аудиторії. Виявлення інтертекстуальної складової відбувається тільки у разі наявності певних фонових знань у глядача, що дозволяють вловити натяк і зчитати приховану інформацію, а якщо повного обсягу знань нема, то ефект заглибленості втратиться. Перекладач теж не знає всього на світі, тому і витрачає години на підбір влучної алюзії, ремінісценції, пародії тощо, щоб глядач цим не переймався, а насолоджувався видовищем.

3.3. Оригінальний кінотекст vs. адаптований кінотекст: здобутки та втрати.

Аналіз перекладів елементів кінотекстів мультсеріалів для дорослих та їхніх оригіналів показав, що культурна адаптація є ефективною стратегією перекладу культурноспецифічних інтертекстуальних включень, оскільки відповідає основним критеріям репрезентативності.

На загальне сприйняття перекладеного твору адаптований текст має більшою мірою саме позитивний вплив. Адже текст стає зрозумілішим та залишається в рівній мірі гумористичним, як і для вихідного глядача (а іноді навіть смішнішим, бо з’являються смисли, з якими може резонувати цільова аудиторія). Перекладаючи аудіовізуальний текст, а особливо такий експресивний, як мультсеріал для дорослих, завжди варто звертати увагу не тільки на вербальну частину продукту, а й на візуальну. Звісно, це той випадок, коли у кия два кінці, бо візуал може як сприяти віднайденню вдалого еквіваленту, так і стіорювати додаткові труднощі. Слід зазначити, що навіть якщо під час перекладу знайдена метафора, яка бездоганно передає зміст

оригіналу, але не відповідає обмеженням синхронізації губ, наприклад, не може бути вимовлена за короткий проміжок часу або супроводжуватися дією, що суттєво відрізняється від оригінальної, подібний переклад з таким художнім прийомом слід модифікувати та адаптувати до потреб цільової аудиторії.

Серед самих же глядачів анімаційної продукції для дорослих існують різні думки щодо доцільності адаптації та одомашнення мультсеріалів. Слід зауважити, що озвучення чи дубляж проектів, зазначених у цьому дослідженні, були зроблені на волонтерській безоплатній основі або з добровільної пожертви глядачів, тобто люди знали заздалегідь, чого очікувати від перекладу.

Серед глядачів анімаційної продукції для дорослих існують різні групи. Деякі з них позитивно сприймають адаптації, висловлюючи свою вдячність у коментарях та іноді пропонуючи конструктивну критику щодо певних моментів. У таких випадках команди перекладачів часто йдуть на зв'язок з глядачами, пояснюючи причини тих чи інших змін (див. Рис. 16). Однак існують й такі

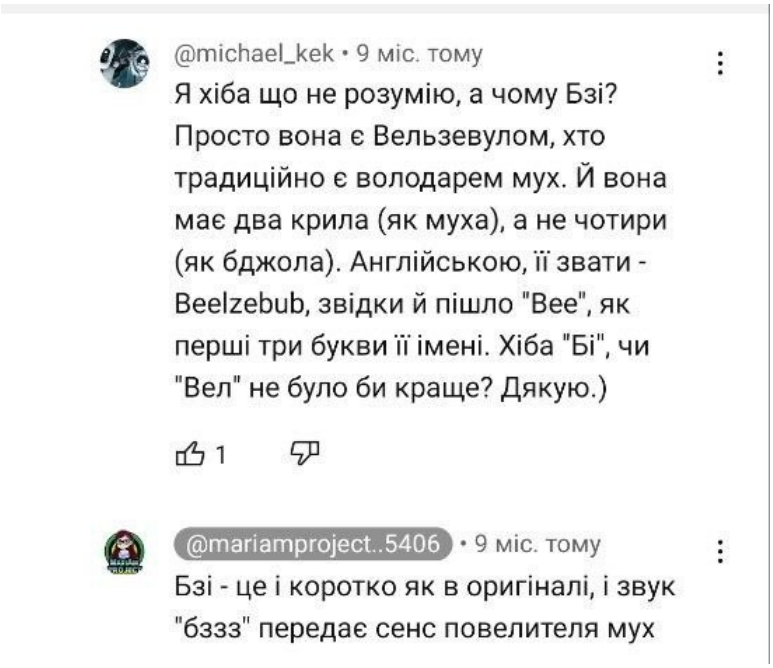

Рисунок 16

глядачі, які негативно сприймають адаптації, вважаючи, що перекладачі недооцінюють їхню інтелектуальну зрілість та потребують надмірного пояснення. Крім цього, на просторах інтернету досить часто адаптації з одомашненням принизливо називають «шароварщиною» та «байрактращиною»,

бо вони ніби-то заважають поринати у всесвіт серіалу. На приклад, на порталі торрант-толоки Гуртом під перекладом «Нетутешніх» був залишений такий коментар: *«Можливо тут ще й вина перекладу, він ніби колоритний, але він, трясця, поганий. І не в плані якості, а в плані ідеї. Ну не вписується в американську реальність український фактаж, не вписується. Оці всі поплавські, АТБ і т.д. ніби роблять жарти зрозумілими для українського глядача, але начисто руйнують атмосферу. Це ніби у зоряний війнах Вейдер раптом б сказав - Люк я твій неньо, бігме. Тому кидай барку, надівай кептар і пішли зі мнов. Це на рівні всіляких Риганей в Сімпосонах чи Бендера співаючого українські пісні в Футурамі. За таке має чекати окремий казан у пеклі… варто потрохи відходити від буфонади (найгіршим взірцем є всілякі переклади Гобліна початку 2000-х) в сторону більш дослівного перекладу з невеличкими локалізаціями місцевих фразеологізмів і мемів»* [39]. Слід зазначити, що ця анімація є ситкомом з елементами божевільної комедії, для сюжету якої точний переклад американських мемів не є критично важливим. Враховуючи доступність вільного інтернету, існують й інші озвучки цього анімаційного серіалу з альтернативними стратегіями перекладу, зокрема буквальним перекладом, доступними на різних ресурсах. Таким чином, глядачі мають можливість вибрати те озвучування рідною мовою, яке відповідає їхнім смакам й уподобанням.

Слід також зважати на те, що сценарії анімаційних творів, орієнтованих на дорослу аудиторію, зазвичай мають актуальний характер, не претендуючи на вічну цінність. Сучасні медіа динамічно розвиваються, і у глядачів часто не вистачає часу навіть на ознайомлення з новими проектами, не кажучи вже про повторний перегляд старих. Більшість глядачів усвідомлюють ці обмеження і тому висловлюють свою вдячність та схвалення у вигляді позитивних коментарів (див. Рис. 17).

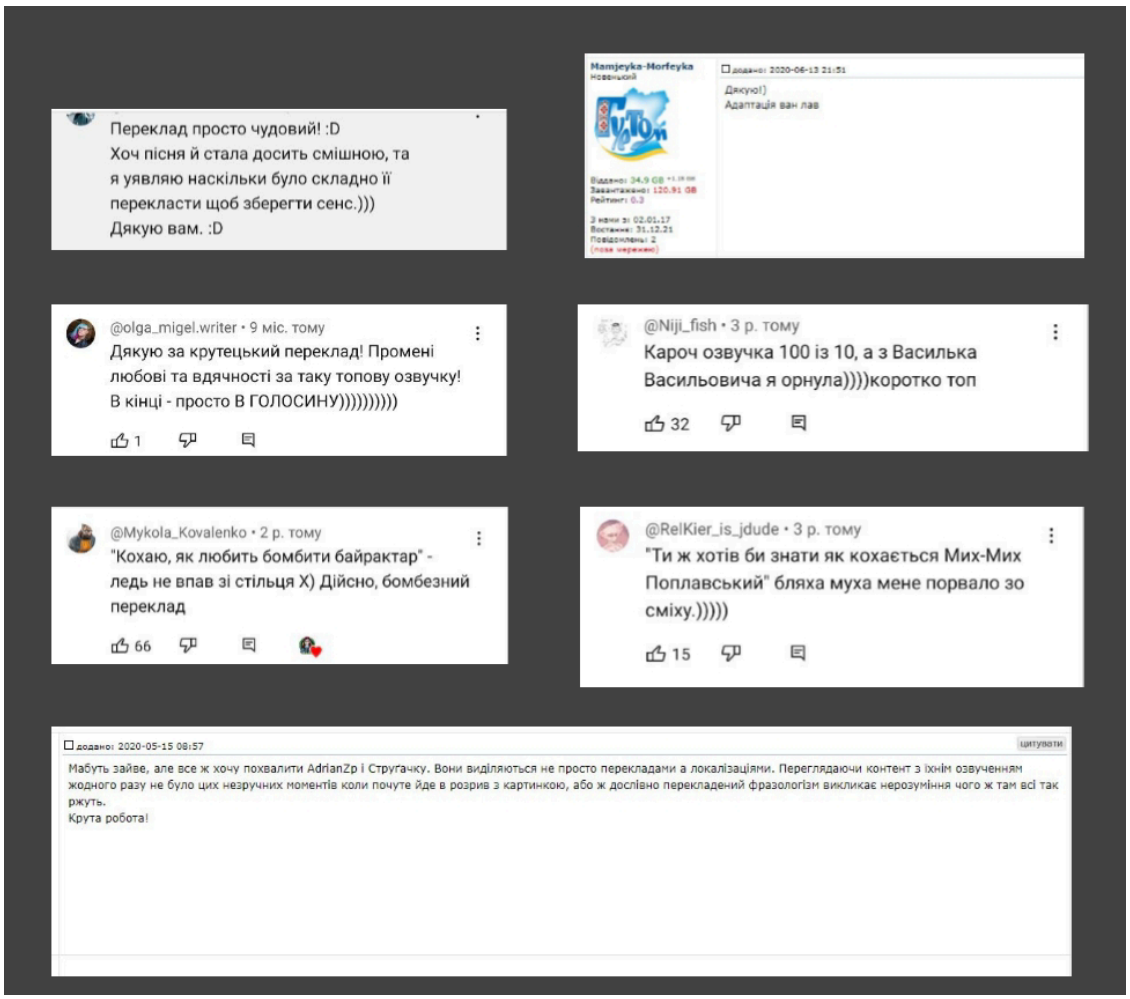

Рисунок 17. Приклади відгуків від глядачів на різних ресурсах

Навіть на прикладі «Коняки БоДжека» можна відчути, наскільки адаптація впливає на сприйняття твору. Студія «НеЗупиняйПродакшн» озвучили перші три сезони, а у 2021 році розпалася. Перегляд наступних епізодів без адаптацій чітко продемонстрував глядачам, наскільки сприйняття мультсеріалу ускладнюється, коли він не адаптований до локального контексту.

Звичайно, необхідно віднаходити баланс, адже зрозуміло, що надмірне використання адаптацій може призвести до перетворення оригіналу навіть не на переспів, а на пародію. Зміни до оригіналу виправдані лише у випадках, коли перекладач чітко усвідомлює, що розуміння жарту чи певної ідеї потребує додаткових пояснень, доступних через інтернет-ресурси чи довідники, особливо у контексті стереотипів чи специфічних знань, притаманних суто вихідній аудиторії.

Крім цього, не варто наділяти переклад інтертекстуальними елементами, коли це серйозно впливає сюжет, коли візуальна складова сильно розходиться з перекладом чи коли через одомашнений інтертекст якась важлива інформація про персонажів втрачається. Деякі інтертексти можуть повторюватися впродовж серіалу, тому важливо зрозуміти їх функцію і по можливості уніфікувати їх.

Висновки до розділу 3

Пропорції фактичного перекладу та адаптивної стратегії мають відповідати прагматиці тексту. Таким чином, ключовий критерій для адаптації тексту має узгоджуватися з його прагматичною функцією.

Основна проблема, з якою стикаються перекладачі під час роботи з інтертекстуальністю, пов’язана з культурними відмінностями між вихідною та цільовою мовами. Це пов’язано з тим, що більшість випадків тісно пов’язані з певними культурними нюансами. Під час перекладу необхідно враховувати розбіжності культурних і національних знань, які залежать від розуміння конкретного підтексту, на яку вказує натяк. Проаналізувавши переклади й оригінали п’ятьох мультсеріалів для дорослих, ми виявили, що адаптивні трансформації, які використовуються для збереження або навіть покращення комізму, розкриттю персонажів, досягнення «плавності» при перегляді в перекладених анімаційних серіалах, виявилися ефективними. Таким чином, належний переклад цих анімаційних продуктів для дорослої авдиторії неможливий без адаптації через їхню орієнтацію на аудиторію в межах іншомовної культури. Очевидно, що завдяки адаптивним перекладам глядачі отримують краще розуміння іншокультурних продуктів.

Одомашнення часто використовується, коли вихідний текст містить культурні ідіоми або інші елементи, які можуть бути складними для розуміння цільовою аудиторією. Звісно, неможливо обійтися без деяких втрат, але в цьому і полягає дилема перекладача, про яку вже було сказано в минулих розділах, — досягти точності чи такого ж або схожого ефекту. Глядачі розділилися на два

табори щодо думки про стратегію адаптації: хтось вважає, що краще йти в сторону буквального перекладу, інші ж — що варто застосовувати локалізацію задля приємнішого процесу перегляду.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Отже, анімація – форма мистецтва, що показує та містить в собі всі можливі системи цінностей та світоглядів, що допомагають встановити порозуміння між різними культурами. Анімація – це не просто жанр, анімація – це мова, форма наративу. Вона не стільки диктує правила, скільки надає можливості. У цьому дослідженні ми відійшли від стереотипу, що мультиплікація призначена тільки для дітей, а те, що є й така, яку слід дивитися тільки дорослим та підліткам. Такі анімаційні твори підтверджують, що ця форма наративу здатна підіймати важливі теми та транслювати складні думки, ставити неоднозначні питання. Оскільки це аудіовізуальна форма, то вона репрезентує вихідну культуру та світобачення як через мову, так і через зображення. Існують такі специфічні характеристики мультиплікаційних серіалів як аудіовізуальної форми: два канали сприйняття — зоровий і слуховий, — які взаємодіють і підсилюють один одного; переклад зображення, що переноситься на екран; нездатність перекладача інтерпретувати реалії, незнайомі новій цільовій аудиторії; і перевага принципу прагматичного ефекту і стратегій, що досягають його.

Анімаційна продукція для дорослої аудиторії вирізняється низкою унікальних жанрових рис, зокрема відрізняється жанровою різноманітністю, охоплює широкий спектр тематик та стилів, від трагікомедії до епічного фентезі. Вибір жанру визначається цільовою аудиторією та авторським задумом. Автори користуються значною свободою творчого самовираження, не обмежену законами фізики чи моралі. Серед стилістичних особливостей анімації для дорослих можна виділити широке використання сатири як інструменту висвітлення актуальних соціальних проблем. Сатиричний погляд на різні аспекти життя: міжособистісні стосунки, політика, релігія, мистецтво, культура, бренди, знаменитості, культурні стереотипи тощо. Зазвичай, анімація для дорослих створена у постмодерністському та метамодерністському стилі, що характеризуються іронією, деконструкцією та абсурдом. Такі мультфільми

характеризуються і відсутністю необхідності дотримуватися реалістичності зображення: намальованому світу не треба бути достовірним, адже у мультфільмі глядачу набагато простіше прийняти умовності. Окрім того, характерними стилістичними рисами є поєднання психологізму, фантастики та гумору.

Лексика анімаційної продукції, орієнтованої на дорослу аудиторію, також характеризується низкою особливостей. По-перше, використання лайливої лексики, жаргонізмів та сленгу, що дозволяє авторам створити більш реалістичний та автентичний образ персонажів, а також підкреслити певні соціальні проблеми. По-друге, використання характонімів, що допомагає авторам створити більш детальні та багатогранні образи. По-третє, використання гумору, який може мати іноді абсурдний характер, що дозволяє авторам висвітлювати серйозні теми в легкій та іронічній формі. По-четверте, використання різних рівнів формальності у мові персонажів, що варіюється від офіційного до розмовного регістру, залежно від контексту та соціального статусу персонажів. По-п’яте, використання культурно-специфічних концептів та реалій, що можуть включати місцевий колорит, історичні події, релігійні вірування тощо.

Такі культурно-специфічні елемнети, як правило, є проявами інтертекстуальності. Інтертекстуальність – це багатогранне явище, яке досліджується в сучасних дисциплінах з теорії та практики перекладу. Її можна розглядати як складний процес, що ґрунтується на взаємодії текстів та їх взаємовпливі. Цей термін можна трактувати як наявність посилань у тексті на інші тексти (усні чи письмові, минулі чи сучасні), що функціонують як знаки, які глядач повинен знати, як розшифрувати, якщо він хоче зрозуміти значення всього тексту, та які перекладач має перекласти для повного розуміння глядачем. Перед фахівцями постає багато викликів та можливостей для дослідження проявів інтертекстуальності в текстах різного жанру, призначення, емоційного забарвлення, створеними та перекладеними різними мовами. Інтертекстуальність маркується за допомогою спеціальних формальних засобів:

алюзій (побутові реалії, ономастичні реалії, елементи суспільного життя, етнографічні реалії, історичні та політичні реалії), ремінісценцій (літературні ремінісценції, рекламні ремінісценції, ремінісценції з поп-культури, ремінісценції з інтернет-культури), цитат (канонічна, трансформована). Вони дозволяють зробити текст, у якому функціонують, експресивнішим, а також допомагають анімаційному твору встановити контакт з аудиторією та зацікавити її; також інтертексти виконують гумористичну функцію, характеризуючу функцію та міжособистісну функцію (зображення стосунків між героями).

Адекватність перекладу часто оцінюється тим, як його сприймає одержувач. Іноді, щоб зберегти певну реакцію, доводиться вдаватися до різних, навіть кардинальних змін тексту. Одним із можливих способів перекладу культурно-специфічних інтертекстуалізмів вважається культурна адаптація. Більшість дослідників визначають термін «культурна адаптація» як пристосування оригінального тексту до цінностей приймаючої культури, що передбачає процес скорочення дистанції між текстом, що перекладається, і приймаючою, щоб зберегти схожу функцію з оригіналом, відтворюючи задум авторів, а також викликаючи у глядача перекладу відповідні асоціації. Використання адаптації у подібних випадках необхідне внаслідок культурних відмінностей, асиметрії мовних картин світу, а також різниці в асоціативних зв'язках. Однак дослідники також вказують на негативну властивість адаптації, яка полягає в тому, що вона нівелює міжкультурні відмінності, позбавляючи тексту національної специфіки. У різних сценаріях залежно від мети перекладача конкретні методи переважають або поступаються кількістю, отже, адаптація схиляється не до еквівалентності, а до адекватності та прагматичності.

У процесі адаптації використовуються такі перекладацькі стратегії: доместикація та форенізація. При доместикації у фокусі залишається національна специфіка культури-реципієнта, метою є адаптація національно детермінованих мовних знаків і феноменів, але у сучасному українському контексті поняття «одомашнення» доцільно розглядати радше не як підставляння в цільовий текст елементів, що тісно асоціюються з цільовою

культурою, а як наближення цільового тексту до цільової культури. Тобто іноді культурні елементи вихідного тексту маловідомі в цільовій культурі, іноді можуть бути замінені в цільовому тексті елементами, які є більш відомими, але також пов'язані з вихідною культурою. Але, як показало дослідження, при адаптації в дубляжі та озвученні мультсеріалів для дорослих переважає використання елементів культури глядачів саме цільової аудиторії.

Функціональний ресурс інтертекстуальних вставок як елементів стратегії адаптації досить різносторонній. Вони допомагають знайти потрібний еквівалент для компенсації, коли є брак знань внутрішніх стереотипів, жартів, інформації, зробити апеляцію до цільового глядача, відтворити потрібний ефект від художніх засобів (аналогія, метафора, порівняння). Часто за допомогою інтертексту відтворюється гра слів, яка заснована на омонімах чи граматиці, та природність й експресивність людського мовлення. Для того, щоб не виникло порушення кінетичної синхронії, зараз команди озвучення і дубляжу співпрацюють з художниками та програмістами, які в змозі додати графічний прирендер, який наочно посилить жарт. Те, що втрачається під час перекладу подібних мультсеріалів, — це деяка прихована метатекстуальність від самих авторів, бо вона замінюється іншими українізованими концептами чи інтертекстами вихідної культури, але більш загальної. Також в повному об'ємі не вдається передавати цитати, які реципієнт знає саме оригінальною мовою, особливо пісні, бо ритмомелодика часто допомагає при браку знань тієї чи іншої мови.

Підсумовуючи, дослідження продемонструвало, що прагматична адаптація кінотексту мультсеріалів для дорослої аудиторії є важливою для перекладу сучасної анімації. Така адаптація повинна зберігати комунікативний намір авторів/сценаристів та відтворювати подібний ефект. Оцінка впливу включення інтертекстуальних елементів у цільові тексти анімаційних серіалів для дорослих показала, що інтертекстуальність має позитивний вплив на сприйняття українськими глядачами анімаційних серіалів для дорослих. Це відбувається завдяки тому, що інтертекстуальні елементи можуть сприяти

кращому розумінню анімації, робити її більш захопливою та цікавою та допомогти адаптувати її до іншомовної та ігшокультурної аудиторії. Посилаючись на знайомі цільовому глядачу тексти, реалії або події, інтертекстуальні елементи надають глядачам основу для розуміння та інтерпретації вихідної анімації. Інтертекстуальні елементи можуть додавати глибини та багатогранності, розширюючи вихідний текст нюансами цільової культури. Обираючи та використовуючи інтертекстуальні елементи, які є актуальними для українських глядачів, перекладачі можуть зробити анімацію більш доступною та естетично приємною для цільвої аудиторії.

Перспективи дослідження вбачаються у подальшому аналізі інтертекстуальних одиниць інших творів анімаційної продукції для дорослої аудиторії, вивченні впливу кінотексту з адаптаціями на сприйняття глядачами та порівняння стратегій відтворення інтертекстуальних одиниць в зазначеній категорії анімації від різних студій озвученні та дубляжу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрейко Л. В. Можливості відтворення інтертекстуальності у перекладі. – Черкаси: ЧДТУ, 2009. – Гуманітарний вісник. Сер.: Іноземна філологія. С. 249—253.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. — К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. — 1728 с. — ISBN 966-569-013-2
3. Вербич, С. Сучасна українська онімна лексика: функціональний аспект [Текст] / С. Вербич// Вісник Національної Академії наук України. – 2008. – № 5. – С. 54-59.
4. Грек Л.В. Інтертекстуальність як проблема перекладу (на матеріалі англомовних перекладів української постмодерністської прози) / Л.В. Грек: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.16; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К., 2006. – 18 с.
5. Гриценко К. Способи реалізації категорії інтертекстуальності в оповіданні А. К. Дойля “The Terror of Blue John Gap”. – Горлівка: Горлівський інститут іноземних мов, 2019. – Нариси досліджень молодих науковців у галузі гуманітарних наук: Збірник наукових праць. Т. 1. С. 32—38.
6. Загін Кіноманів. АКТОРИ ДУБЛЯЖУ ПРОТИ СКАСУВАННЯ ДУБЛЮВАННЯ КІНО, 2023. *YouTube*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=HtpeX_fjvgA (дата звернення: 25.04.2024).
7. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад (на матеріалі англомовних перекладів української прози) / Р. П. Зорівчак. — Львів : Вид-во Львів. ун-та, 1989. — 216 с.
8. Кальниченко О. А. Переклад vs адаптація / О. А. Калъниченко, В. О. Подміногіна // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна – 2004. – №636. – С. 201–205.
9. Кияк Т. Р., Науменко А. М., Огуй О. Д. Перекладознавство (німецько-український напрям) : підручник. – К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2008. – 543 с.

10. Кондратенко Н. В. Синтаксис українського модерністського і постмодерністського дискурсу : [монографія] / Н. В. Кондратенко ; за ред. К. Г. Городенської. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. – 328 с.

11. Копильна О. Відтворення авторської алюзії в англо-українському перекладі: автореф. дис... канд. филол. наук: спец. “перекладознавство” 10.02.16. ─ К., 2007.

12. Мельник Л. В. Інтертекстуальність і переклад. – Хмельницький: Інститут літератури ім. Т. Г. Шевченка Національної академії наук України; Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія, 2017. – Філологічний дискурс: Збірник наукових праць. Вип. 6. С. 238—246.

13. Підгрушна, О. Г. Мовні та позамовні аспекти локалізації мультсеріалів українською мовою (на прикладі англомовного мультсеріалу my little pony: friendship is magic) linguistic and extralinguistic aspects of english animation series localization in ukrainian. *філологічні студії* (2022)

14. Прокопець М. І. Інтертекстуальність та алюзія: особливості прояву та виявлення (на матеріалі англомовного комерційного рекламного дискурсу) / М. І. Прокопець // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія : Філологічні науки. Мовознавство. – Луцьк, 2012. – № 6. – С. 183–186.

15. Рябініна О. К. Інтертекстуальність у дискурсі сучасної української преси: лінгвістичний аспект : автореф. дис. ... канд. філол. наук / Рябініна О. К. ; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2008. – 19 с.

16. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля–К, 2006. – 718 с.

17. Тацакович У. Т. Інтертекстуальність у перекладі: загальний огляд та обґрунтування інтегрованого підходу. – Ужгород: ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2019. – Закарпатські філологічні студії. Вип. 11. Т. 2. С. 51-57.

18. Теорія інтертекстуальності: становлення понять, тлумачення термінів, систематика. — Тернопіль, Видавець Стародубець, 2003. — 36 с

19. Alberti, John, ed. Introduction. Leaving Springfield: The Simpsons and The Possibility of Oppositional Culture. Detroit: Wayne State U P, 2004. xi-xxxii.
20. Audiovisual Translation: Language Transfer on Screen / [ed. by J. Díaz Cintas, G. Anderman]. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2009. 272 p. URL: https://www.academia.edu/13709644/Audiovisual_Translation_Language_Transfer_on_Screen
21. Barthes R. Texte // Encyclopedia universalis. Vol. 15. P., 1973. P. 78.
22. Bassnett S., Lefevere A. Where are we in translation studies? Constructing cultures. Essays on literary translation [eds. S. Bassnet and A. Lefevere]. Clevedon: Multilingual Matters, 1998. 143 p.
23. Chaume Varela, F. (2012). Audiovisual Translation: Dubbing. Manchester and Kinderhook, New York: St. Jerome.
24. Fong G. S. F. The Two Worlds of Subtitling: The Case of Vulgarisms and Sexually oreinted Language / G. S. F. Fong // Dubbing an Subtitling in a World Context. – Hong Kong : The Chinese University Press, 2009. – P. 39–61.
25. Genette G. Figures III (v. 1-3: Collection Tel quel). Editions du Seuil, 1972. 285 p.
26. González, Luis Pérez, "Audiovisual Translation Theories, Methods And Issues". New York: Routledge, 2014
27. Hatim, Basil/Mason, Ian (1990): Discourse and the Translator. London: Longman
28. Holthuis S. Intertextuality and meaning constitution. An approach to the comprehension of intertextual poetry // Approaches to Poetry, Some Aspects of Textuality and Intermediality. - Berlin: Walter de Gruyter, 1994. - P. 77-99.
29. Jakobson R. "Linguistics and Poetics". Style in Language. Sebeok Th. A. (ed.). Cambridge: Massachusetts Institute of Technology Press, 1960, pp. 350–377.
30. Leppihalme R. Culture Bumps: An Empirical Approach to the Translation of Allusions. – Clevedon: Multilingual Matters Ltd, 1997.
31. Martinez-Sierra, J.J. (2010). Building bridges between cultural studies and translation studies: with reference to the audiovisual field. Journal of Language & Translation, 11(1), 115–136.

32. MONITOR COMICS. Dan Harmon Story Circle: A MODERN Way To Structure Your Comic And Manga Series, 2023. *YouTube*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=HAyB1ChxcRE (дата звернення: 06.05.2024).

33. Nedergaard-Larsen B. Culture-bound problems in subtitling / B. Nedergaard-Larsen // Perspektives: Studies in Translatology. – 1993. – № 2. – P. 207–241.

34. Newmark, Peter. (1982) Approaches to Translation. New York: Pergamon

35. Pike, D. 2012. Enviro-Toons: Green Themes in Animated Cinema and Television. Jefferson: McFarland

36. Tomaszkiewicz, T. (2006). Przekład audiowizualny. Warszawa: PWN.

37. Wells, P. (2002). Animation: Genre and authorship. Columbia University Press

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

38. Готель Газбін / Хазбін - 1 сезон дивитися онлайн українською мовою. *Сайт СІМПСОНИ UA - на якому можна дивитися Сімпсони всі сезони українською мовою онлайн*. URL: https://simpsonsua.tv/hazbin-hotel-sezon-1/ (дата звернення: 06.05.2024).

39. *Гуртом – торрент-толока*. URL: https://toloka.to/t659580#1899785:~:text=Чи%20то%20серіал,20%2019:11) (дата звернення: 04.05.2024).

40. Збіса бос. *UASerials – серіали та фільми українською мовою онлайн*. URL: https://uaserials.pro/6596-zbisa-bos.html (дата звернення: 06.05.2024).

41. Кінь БоДжек дивитися онлайн українською. *Дивитися фільми онлайн українською мовою в HD якості*. URL: https://uakino.club/cartoon/cartoonseries/10179-kn-bodzhek.html (дата звернення: 06.05.2024).

42. Розчарування дивитися онлайн українською. *Дивитися фільми онлайн українською мовою в HD якості*. URL: https://uakino.club/cartoon/cartoonseries/7402-rozcharuvannya-1-sezon.html (дата звернення: 06.05.2024).

43. Сонячні протилежності / Нетутешні дивитися онлайн українською. *Дивитися фільми онлайн українською мовою в HD якості*. URL: https://uakino.club/cartoon/cartoonseries/11000-sonyachn-protilezhnost-netuteshn-1-sezon.html (дата звернення: 06.05.2024).