

give rise to various semantic, lexical and grammatical interpretations, through which the job of a translator is considered very hard. The second reason emerges from a lack of clarity of, or because of ambiguity in, some medical terms or expressions in the source language which, in turn, has a great effect on the translation process. Often such ambiguity derives from the fact that many English medical terms have Latin or other language origins. Medical translation is a very sensitive field as it deals with human beings' lives and health; thus, translators of medical texts have to work hard and proficiently as they have to understand the source text and then find the appropriate lexical equivalent in the target language. The translation of medical texts should be as accurate as possible.

## REFERENCES

1. Austin, John Langshaw. How to Do Things with Words, Oxford: Oxford University Press, 1962. 357 p.
2. Montalt, Vicent. Medical Translation in the Encyclopedia of Applied Linguistics, 2011. 208 p.
3. Baker, Mona. Encyclopedia of Translation Studies, London and New York: Routledge, 1998. 272 p.
4. Brown, Theodore L. Making Truth: Metaphor in Science, Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 2003. 213 p.
5. Fischbach, Henry. Translation and Medicine, Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins. [ATA Scholarly Monograph Series], 1998. 79 p.
6. Gyls, Barbara. Wedding Medical Terminology Systems. A Body Systems Approach. 5th edition, Philadelphia: FA. Davies Company, 2005. 174 p.
7. Massardier-Kenney, Françoise. Series Editor's Foreword in Henry Fischbach Translation and Medicine, Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, 1998. 59 p.
8. Vihla, Minna. Medical Writing. Modality in Focus, Amsterdam and Atlanta: Rodopi. [Language and Computers: Studies in practical linguistics], 1999. 64 p.
9. Wakabayashi, Judith. Teaching Medical Translation', Meta 41(3), 2006. P. 356–365.
10. Wright, Patricia. Writing and Information Design of Healthcare Materials. London and New York: Longman, 1999. P. 85–98.

*Сидяга Ірина*

*Науковий керівник – канд. пед. наук, доцент Куца О. І.*

## ОСОБЛИВОСТІ АМЕРИКАНСЬКОГО ГУМОРУ ТА СПЕЦИФІКА ЙОГО ПЕРЕКЛАДУ (на прикладі ситуаційної комедії «Дві дівчини без копійчини»)

*Статтю присвячено виокремленню особливостей американського гумору та аналізу способів, які обрали перекладачі при відтворенні комічного у ситуаційній комедії «Дві дівчини без копійчини». Значну увагу приділено факторам збереження комічного ефекту при перекладі.*

***Ключові слова:** гумор, кінокомедія, ефект комічного, стилістичні засоби, генералізація, одомашнення.*

**Постановка проблеми.** Переклад гумору, без сумніву, займає важливе місце з сучасному перекладознавстві та вважається одним із найскладніших завдань для перекладачів. Перед ними стоїть мета одночасно зберегти і відтворити як гумористичну, так і культурну складову, без яких спотворюється зміст та сутність оригіналу, тим самим зменшуючи у цільового глядача можливість пізнати іншу культуру та сповна насолодитися нею, зокрема її гумористичним аспектом.

**Огляд останніх досліджень.** Теми «гумору» та «комічного» цікавили італійського письменника та лінгвіста У. Еко, британських філологів Д. Крістал, Дж. Шерцер та ін. Комедійному кіноперекладу присвячували свої наукові праці такі українські дослідники, як: М. Кулинич, чия дисертація базується на лінгвокультурології гумору, О. Мишина, яка працює над питанням комічного у відеOVERBALSЬНИХ текстах, а також М. Юрковська, Я. Кривонос та В. Демецька у співавторстві з О. Федорченко, які присвятили свої наукові праці вербальним засобам вираження ефекту комічного в англomовних кінокомедіях та проблемам їх перекладу. Однак, оскільки особливості відтворення гумору у сучасних ситуативних комедіях ще не достатньо вивчені, цей напрям дослідження залишається актуальним.

**Метою** нашої статті є виокремлення особливостей американського гумору, систематизація й аналіз запропонованих українськими перекладачами способів відтворення гумору у ситуативній комедії «Дві дівчини без копійчини».

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У повсякденному житті ми не можемо уявити і дня без гумору. Він – це частина нас, нашого живого спілкування. Не секрет, що не всім притаманне вміння доречно і смішно пожартувати, а як же бути, коли справа доходить до перекладу жартів з однієї мови на іншу? Тут перекладачам не тільки доводиться відмінно володіти іноземною мовою, усіма її лексичними та граматичними аспектами, а ще й відчувати її, відчувати кожен її артикль, розуміти як саме працюють вихідна та цільова мова, знати їх спільні риси та пам'ятати про відмінності між ними, враховуючи культурно – специфічні особливості та реалії представників обох мовних культур. З цього випливає проста і очевидна думка: щоб адекватно перекласти авторський жарт, зробити його доступним для реципієнтів, перекладач повинен сам з нього щиро посміятись, зрозуміти його та задум автора в загальному. Гумор, який вклав автор першотвору у свою роботу, часто може бути майже не відчутним у перекладі. Логічно, що якщо самому автору перекладу не смішно, то як же має сприймати перекладене пересічний читач чи глядач? При невдалій інтерпретації жартів у глядача взагалі можуть не виникнути відповідні, очікувані автором першотвору, емоції. Повідомлення повинне мати такий же прагматичний ефект, як і його оригінал, тому варто згадати головне правило скопос теорії: переклад залежить від цілей [3, с. 60–61].

Зважаючи на викладене вище, можемо стверджувати, що переклад гумору потребує від перекладача особливої уваги та навичок, тому що текстам такого типу притаманна висока експресивність, імпліцитний сенс, невербальні явища і т. ін. Перекладач комічного повинен вміло проводити аналогію між українською та англійською мовами – не можна забувати про те, що вони належать до різних типів мов. Так, англійська є типовою аналітичною мовою, в ній має місце зміна словоформ, тоді як українська відноситься до синтетичних мов, де слова комбінуються для змісту. Такі розбіжності нерідко призводять до втрати комічного ефекту через зміну граматичної форми. Переклад комічного передбачає собою вид мовного посередництва, який цілковито орієнтований на іншомовний оригінал і має комічний характер, мета якого повністю зберегти оригінальний ефект у тексті перекладу. Такий переклад розглядається як іншомовна форма існування повідомлення, що міститься в оригіналі [2, с. 43].

Працюючи з перекладом саме американських жартів, перекладач стикається з його особливими характеристиками, а саме: перебільшенням, гіперболою, передражнюванням, трікстерською травестійною поведінкою. «Гумор в Америці підкріплюється демократичною системою, завдяки якій створюються ідеали, яких

важко досягнути в реальному житті. Ось на цю невідповідність між ідеальним і реальним часто і спрямований американський гумор» [1, с. 74]. Американський гумор – явище досить специфічне. Це своєрідний симбіоз, де комічне часто крокує поряд з образами та скептицизмом. Стиль американського гумору дуже різноманітний і широкий, адже він піддався впливу численних етнічних груп, а його характерні риси зумовлені значним чином історичним розвитком Сполучених Штатів.

Так, американський гумор може бути як нахабним, подекуди грубим і вільним від моральних стандартів суспільства, так і добрим та досить тонким. Хоча перевага в основному надається різким, переважно іронічним жартам як і, наприклад, в ситуаційній комедії «Дві дівчини без копійчини», переклад якої ми проаналізуємо. Це серіал про двох молодих дівчат – Макс і Керолайн. Одна бідна і саркастична, але з золотим серцем, інша збанкрутіла і вибаглива. Вони працюють в кафе і збирають 250 тисяч на здійснення своєї мрії – відкрити успішний бізнес.

В українській версії назви кінотексту «2 Broke Girls» («Дві дівчини без копійчини») [4; 5] ідіому *to be broke* [6], що означає *збанкрутувати* [6], переклали як «без копійчини». Це зробило варіант перекладу досить цікавим, адже присутнє римування.

На початку першої серії першого сезону Макс підходить брати замовлення у двох хіпстерів, один з яких її ще раніше роздратував. Вона швидко навчає його правильним манерам поведінки з офіціантами. Інший хіпстер вражений майстерною відповіддю Макс зазначає:

*Hipster 2: Damn dude, she burned you.*

*Max: Oh. No, hipster, do not think we are on the same team. We have nothing in common. I wear knit hats when it's cold out, you wear knit hats because of Coldplay. You have tattoos to piss off your dad, my dad doesn't know he's my dad* [4].

Варіант перекладу:

- *Оце вона тебе обробила.*
- *Ні, любчику, не думай, що ми в одній команді. У нас нічого спільного. Я таку шапку надягаю, коли мерзну, а ти постійно. Ти собі тату набив, аби тато оскаженів, а мій і не знає, що він мій тато* [5].

Українські фахівці фразу «*burned you*» переклали в значенні «словесно розтоптала», такий варіант ідеально підходить до даного контексту, проте переклад наступних речень не зовсім вдалий. Щодо відповіді Макс, то тут українські перекладачі повністю викинули фразу «*because of Coldplay*» і замінили її на «а ти постійно». Можливо, вони вважали, що британський популярний рок-гурт Coldplay залишається маловідомим для вітчизняної глядацької аудиторії, тому просто вирішили його проігнорувати. Іншим варіантом може бути те, що перекладачі не змогли знайти адекватного еквіваленту, щоб відтворити гру слів з «*cold out*» і Coldplay. Ми вважаємо, що доречніше було б залишити Coldplay при перекладі жарту (коли Макс саркастично висміює хіпстерів), адже серіал орієнтований на молоду аудиторію, більшість з якої є шанувальниками творчості гурту і розуміють хіпстерський стиль, що і підсилює б гумористичний ефект. Саме тому, перш ніж братися за роботу, кіноперекладач повинен схарактеризувати для себе глядацьку аудиторію.

Наступна ситуація – знайомство Макс з новою офіціанткою Керолайн, дівчиною, яка звикла до чистоти, порядку і багатства. Ось що каже Макс до свого директора після цього знайомства:

*Max: Whatever that is, it does not belong in this dinner, it belongs in a show on Bravo* [4].

Український переклад:

- *Що б це не було (показує пальцем на Керолайн), цьому місце не тут, а на каналі «Браво» [5].*

При перекладі фахівці вирішили забрати фразу «*in this dinner*», хоча це ніяк не впливає на якість перекладу. Натомість вони відтворюють фразу «*it belongs in a show on Bravo*» як «на каналі «Браво». Браво – популярний американський канал, але він при перекладі постає чимось незрозумілим для більшості вітчизняних реципієнтів. Саркастичне коментар Макс, який розсмішив англомовних глядачів, цілком втратив комічність в українському перекладі. Тому ми пропонуємо застосувати генералізацію і перекласти цю фразу як «ну вона ж просто як з телевізора» або «їй місце не тут, а на проекті «Холостяк».

Макс вирішує перевірити, чи справді Керолайн коли – небудь працювала офіціанткою, сказавши їй *go marry the ketchups* [4], що переклали як *йди, одружи кетчупи* [5]. Якби Керолайн дійсно працювала офіціанткою, то знала б, що це означає перелити кетчуп з однієї напівпустої баночки в іншу, щоб отримати одну, повністю заповнену баночку [7]. Натомість вона почала їх буквально одружувати (ставити одну баночку біля іншої, ніби вони біля вітара). Далі Макс каже: *okay, now divorce the ketchups* [4], переклад знову ж таки буквальный: *так... А тепер розлучи їх* [5]. Такого поняття як «*divorce the ketchups*» насправді не існує в професії офіціанта та й загалом в англійській мові, проте Керолайн починає «розлучати» пари кетчупу, розставляючи їх в різні сторони. Для англомовного глядача це, звісно, смішно, але жарт втрачається для українського реципієнта.

Коли Макс розпитує Керолайн про її багате життя, виникає такий діалог:

*Max: Do you have a horse?*

*Caroline: Yes.*

*Max: Do you know Paris Hilton?*

*Caroline: No, she's a hundred* [4].

Український переклад:

- *Є коняка?*
- *Так.*
- *Ти знаєш Періс Хілтон?*
- *Ні, їй за сотню* [5].

Українські перекладачі не бояться вводити у фільми згрубілі слова, як і в даному випадку. Лексему *horse* вони відтворили словом *коняка*, що і додало більше гумористичного ефекту. Проте використання згрубілих форм є лише стилістичним засобом для підсилення комічності перекладу на місці стилістично нейтрального оригіналу, а не результатом неперекладності чи безеквівалентності. І це рішення цілком виправдане, зважаючи на простий, прямолінійний, безманерний характер Макс. Щодо перекладу фрази *she's a hundred*, то тут смішніше б звучав не такий буквальный варіант перекладу, а, можливо, запропонований нами переклад «*та вона ж стара*».

**Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків.** Підсумовуючи, можемо стверджувати, що гумор – це складний для перекладу феномен, оскільки він часто є національно забарвленим, табуйованим, насиченим інтертекстуальними елементами та іншими лінгвістичними прийомами і засобами, що забезпечують організацію текстового простору відповідно до авторського задуму. Це створює складне для перекладача завдання адекватного смисловідтворення, яке має при цьому бути доступним для сприйняття представникам іншої мовної культури. Тож, щоб

отримати на виході текст, який міг би виступати в іншій мові повноцінною заміною оригіналу, перекладач повинен урахувати його лінгвопрагматичну організацію, а також володіти низкою професійних якостей, творчим потенціалом та досконало знати життя спільноти, з якої та для якої він здійснює переклад.

**Перспективи використання результатів дослідження** ми вбачаємо у можливості їх застосування на лекціях і семінарах з перекладознавчих дисциплін, а також при подальшому вивченні особливостей інтерпретації комічного, акцентуючи увагу на складнощах перекладу самотнього гумору для іномовного середовища.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Белов С. Б. The Book of *American* Humor. 20-th Century / Американский юмор XX век: сборник на англ. яз. М. Радуга, 1984. 528 с.
2. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. М. Выс. шк., 1990. 253 с.
3. Овсянникова Е. В. *Скопос – теория Ганса Вермеера*: зб. матеріалів V Міжвуз. конф. молод. учен., 29–31 січ. 2007 р. Донецьк: Дон НУ, 2007. С. 60–61.
4. 'Pilot' Transcript. *2 Broke Girls Wiki* : веб-сайт. URL: <https://2brokegirls.fandom.com> (дата звернення: 29. 03. 2019).
5. Дві дівчини без копійчини : веб-сайт. URL: <http://www.moviestape.net> (дата звернення: 29. 03. 2019).
6. Native English : веб-сайт. URL: <https://www.native-english.ru> (дата звернення: 29.03.2019).
7. Urban Dictionary: веб-сайт. URL: <https://www.urbandictionary.com> (дата звернення: 29.03.2019).

*Теребецька Аліна*

*Науковий керівник – канд. пед. наук, доцент Куца О. І.*

## СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ З УРАХУВАННЯМ ЙОГО СПЕЦИФІКИ

*На основі аналізу наукової літератури окреслено особливості рекламного тексту та труднощі його перекладу. Розглянуто основні аспекти передачі рекламних повідомлень. Виділено та обґрунтовано способи перекладу рекламних текстів.*

**Ключові слова:** *реklamний текст, способи перекладу, соціолінгвістична адаптація тексту.*

**Постановка проблеми.** Глобалізація економіки та інтенсифікація торгівлі зумовила тісне співробітництво компаній з різними країнами та культурами. У рамках міжнародних маркетингових стратегій реклама відіграє ключову роль та характеризується певними законами створення, механізмами впливу, способами мовної організації, інтерпретації та перекладу, що орієнтовані на іномовних споживачів рекламної продукції. Відповідно, на сьогоднішній день адекватний переклад рекламних текстів відіграє важливу роль. Окрім цього, подібні дослідження важливі для розвитку рекламної науки та вдосконалення процесу адекватного перекладу рекламних текстів різного напрямку [2, с. 174].

**Аналіз публікацій** свідчить, що питання особливостей перекладу рекламного тексту досліджувались багатьма науковцями. Учені приділяли увагу структурним, семантичним, жанровим, стилістичним і комунікативним особливостям рекламної