

Міністерство освіти і науки України

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Факультет гуманітарних наук

Кафедра англійської мови

Магістерська робота

освітньо-науковий рівень — магістр

на тему: «**ОСОБЛИВОСТІ АВДІОВІЗУАЛЬНОГО ПЕРЕКЛАДУ
ХУДОЖНЬОГО КОМЕДІЙНОГО ФІЛЬМУ
(на матеріалі фільму “Барбі”)**»

Виконав: студент 2-го року навчання

Спеціальність: 035 Філологія

Спеціалізація: 035.041 Германські мови та
літератури (переклад включно)

Освітньо-наукова програма: Мови (англійська
й українська) та комунікація

Куліков Максим Денисович

Керівниця — Моїсеєнко О. Ю.

докторка філологічних наук, професорка

Рецензент _____

Кваліфікаційна робота захищена з оцінкою « _____ »

Секретар ЕК _____ « ____ » _____ 2025 р.

Київ 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. КІНОПЕРЕКЛАД ЯК ОСОБЛИВИЙ ВИД АВДІОВІЗУАЛЬНОГО ПЕРЕКЛАДУ	10
1.1. Історія авдіовізуального перекладу у світовому контексті.....	11
1.1.1. Ранній розвиток (кінець 1920-х–початок 1930-х рр.).....	12
1.1.2. Подальший розвиток (1930-ті–1970-ті рр.).....	16
1.1.3. Авдіовізуальний переклад у цифрову епоху (з 1980-х рр.).....	21
1.2. Стан і становлення кіноперекладу на теренах України	22
1.2.1. Авдіовізуальний переклад в Україні радянської доби	22
1.2.2. Авдіовізуальний переклад на теренах незалежної України.....	23
1.3. Дубляж та субтитрування як види кіноперекладу.....	27
1.3.1. Проблематика добору ліпсінк-відповідників.....	31
1.4. Дослідження ролі перекладацьких трансформацій у перекладі комедій ..	32
1.5. Особливості та стратегії перекладу комедій.....	35
1.5.1. Проблематика перекладу каламбурів в англійській та українській мовних системах	40
1.5.2. Гендерний аспект у перекладі комедій.....	42
1.6. Дослідження мультимодальності в авдіовізуальному перекладі.....	45
Висновки до розділу 1	49

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ АВДІОВІЗУАЛЬНОГО ПЕРЕКЛАДУ КОМЕДІЙНОГО ФІЛЬМУ «БАРБІ»	51
2.1. Загальні та технічні відомості про об'єкт дослідження та соціокультурний контекст	53
2.1.1. Виклад основного сюжету фільму	53
2.1.2. Історія «Барбі»-бренду	54
2.2. Типологія гумору у фільмі та її відтворення в перекладі	58
2.2.1. Культурна та ситуативна специфічність гумору	58
2.2.2. Мовна гра	89
2.2.3. Гендерна іронія	97
2.2.4. Пародіювання, метагумор та (авто)референтність	104
2.3. Класифікація перекладацьких трансформацій за рівнем культурної адаптації	131
2.3.1. Культурна адаптація онімів	131
2.3.2. Локалізація	135
2.3.3. Культурна адаптація та заміна культурних реалій	139
2.4. Засоби вираження та відтворення гумору в контексті мультимодального гумору	146
2.4.1. Мультимодальний гумор в аспекті перекладу	147
2.4.2. Авдіальний гумор в аспекті перекладу	152
2.5. Роль субтитрування в контексті перекладу фільму «Барбі»	154
2.5.1. Субтитрування як засіб перекладу пісень	154
2.5.2. Субтитрування як засіб перекладу написів на екрані	157
2.5.3. Інші випадки використання субтитрування у фільмі	160
2.6. Випадки спірних і компромісних перекладацьких рішень	162

2.6.1. Зміщення перлокутивного ефекту та зміна модальності	162
2.6.2. Компромісні перекладацькі рішення	167
2.6.3. Упущення та омісії	168
Висновки до розділу 2	174
ВИСНОВКИ	176
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	180
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ	189
АНОТАЦІЯ.....	190

ВСТУП

Кінопереклад — динамічна галузь, що вже пройшла складний еволюційних шлях і продовжує постійно розвиватися, зважаючи на технічні досягнення людства, потреби глядачів і глобальні зміни у сфері кіно- та медіавиробництва. Проте в українському перекладознавстві системно-цілісні дослідження кіноперекладу є поодинокими: українські науковці Т. Лукьянова, С. Радецька, Т. Каліщак, Н. Бідасюк, І. Кучман та інші уже зробили свій внесок у вивчення перекладу кінематографу, проте, попри наявні наукові праці, ця сфера має дотепер нерозкритий повною мірою потенціал. Особливо відчутною є прогалина у сфері дослідження перекладу фільмів комедійного жанру.

На сучасному етапі вивчення кіноперекладу на теренах України науковці стикаються з двома нагальними проблемами. Перша полягає в надмірній узагальненості у вивченні цього виду перекладу — наукові праці спираються здебільшого на загальні поняття, як-от переклад назв фільмів, дублювання як вид кіноперекладу, не враховуючи жанрових і функційних особливостей конкретного матеріалу дослідження. Другою проблемою є опосередкована, а подекуди й пряма орієнтація на напрацювання російських науковців: навіть новітні статті та монографії, а також навчальні посібники, присвячені перекладу кіно, містять покликання на російських мовознавців, чії методології нині потребують не механічного відтворення, а критичного переосмислення.

Отже, **актуальність роботи** зумовлена необхідністю формування національної школи дослідження кіноперекладу, що спирається на напрацювання українських та іноземних дослідників. Водночас практичний аналіз дубльованої

медіапродукції, виконаний у нашому дослідженні, сприяє розвитку теоретичної бази, витворенню єдиної класифікації перекладацьких стратегій і розширенню теоретичної та практичної бази з кіноперекладу та зокрема дублювання, що дає іншим науковцям і студентам-перекладознавцям можливість не спиратися у своїх роботах на напрацювання російських мовознавців.

Особливу увагу в цьому дослідженні приділено аналізу перекладу гумору українською мовою з англomовного оригіналу. Переклад гумору в художньому кіно (у фільмах комедійного жанру) є одним із найскладніших для адекватного міжкультурного відтворення елементів художнього тексту; він вимагає аналізу не лише перекладацьких стратегій одомашнення й очуження, застосовуваних у традиційних (суто письмових, себто не аудіовізуальних) видах художніх текстів, а й таких трансформацій, що їх обумовлюють соціокультурні відмінності між англomовних (американським, англійським/британським тощо) та українським суспільствами. Своєю чергою, це розширює межі дослідження зі суто лінгвістичної сфери та споріднює його зі сферою культурології.

Об'єктом дослідження є художній фільм «Барбі» (режисерка Грета Гервіг, 2023 р.) мовою оригіналу (англійською) та його український дубляж, створений студією «Постмодерн Постпродакшн» на замовлення компанії «Кіноманія» у 2023 р.

Предметом дослідження є особливості перекладу вербалізованого гумору в українському дубляжі зазначеного фільму.

Метою роботи є дослідити специфіку перекладу гумору з англійською мови на українську в комедійних художніх фільмах на матеріалі українського дубляжу фільму «Барбі».

Матеріал дослідження репрезентований власне художнім фільмом «Барбі» у двох варіантах (англomовний (вихідний) та український (цільовий) тексти). В аналізі використано транскрипт англomовної версії та складено

транскрипт української версії, виконаний на базисі українського дубляжу стрічки.

Досягнення зазначеної мети передбачає виконання таких **завдань дослідження**:

1) схарактеризувати визначальні риси дубляжу та субтитрування як окремих видів аудіовізуального перекладу, окреслити історичний розвиток цих двох видів АВП у світовому й українському контекстах;

2) схарактеризувати дубляж і субтитрування як модуси перекладу художнього кіно, визначити технічні вимоги, лінгвістичні та культурні особливості дубляжу та субтитрування, зокрема в контексті перекладу комедійного художнього кінематографу;

3) проаналізувати типи гумору, характерні для художнього фільму фільму «Барбі» з урахуванням його вербалізованої, мультимодальної й авдіальної форм;

4) визначити перекладацькі трансформації, властиві українському дубляжу стрічки «Барбі», класифікувати основні перекладацькі трансформації;

5) дослідити культурну адаптацію як ключову перекладацьку стратегію, яка забезпечує збереження комічного ефекту в новому лінгвокультурному контексті;

6) проаналізувати гендерні аспекти перекладу гумору у фільмі «Барбі», зокрема вплив гендерної ідентичності персонажів і цільової аудиторії на вибір мовних засобів у дубляжі;

7) розглянути приклади спірних, неоднозначних або неефективних перекладацьких рішень, що впливають на цілісне сприйняття фільму;

8) розглянути особливості субтитрування як допоміжного елемента перекладу фільму «Барбі».

У дослідженні застосовано комплексний міждисциплінарний підхід, який поєднує лінгвістичні та культурологічні **методи аналізу** аудіовізуального тексту.

Основними методами дослідження є описовий, зіставний, функційний, структурний та лінгвостатистичний. Крім того, залучено елементи соціокультурного порівняльного аналізу для виявлення міжкультурних відмінностей, що безпосередньо впливають на перекладацькі стратегії та вибір мовних засобів у ході дубляжу, та критичного аналізу прикладів задля розгляду спірних або невдалих перекладацьких рішень, які впливають на смислове та естетичне сприйняття фільму.

З огляду на це, **теоретична значущість** дослідження полягає в тому, що сприяє розширенню української теоретичної бази у сфері кіноперекладу новими емпіричними даними, зокрема в галузі перекладу гумору, досліджень із якої донині бракує. Робота запроваджує міждисциплінарний підхід, поєднуючи лінгвістичний, культурологічний і лінгвостатистичний підходи до аналізу аудіовізуального тексту, що дозволяє не лише описати перекладацькі трансформації з погляду мови та культури, але й кількісно підтвердити закономірності їхнього використання. Дослідження враховує жанрову специфіку комедії та пропонує систематизацію перекладацьких стратегій з урахуванням лінгвокультурних чинників.

Практична значущість роботи полягає в тому, що запропоновані класифікації перекладацьких стратегій та методики аналізу можуть стати інструментарієм для перекладачів і редакторів дубляжу комедійних фільмів, допомагаючи їм більш усвідомлено обирати стратегії відтворення гумору. Матеріали дослідження можуть бути використані як навчальний посібник у викладанні курсів із перекладознавства та кіноперекладу, а також слугувати відправною точкою для подальших наукових проєктів у галузях перекладу гумору, прагматики та лінгвокультурології.

Апробація: ІХ Всеукраїнська наукова конференція студентів, аспірантів і молодих учених «Мовний простір сучасного світу», тема доповіді —

«Особливості аудіовізуального перекладу художнього комедійного фільму
“Барбі”»

КІНОПЕРЕКЛАД ЯК ОСОБЛИВИЙ ВИД АВДІОВІЗУАЛЬНОГО ПЕРЕКЛАДУ

У сфері кіноперекладу постає специфічна потреба перекласти текст фільму (ширше — авдіовізуального твору) якнайближче до оригіналу не лише за змістом, але й за обсягом реплік, що зумовлює суттєві відмінності між кіноперекладом та іншими модусами перекладу. У межах цього виду перекладацької діяльності перед перекладачем постають певні обмеження — лінгвістичні, технічні, культурні фактори, що вимагають використання специфічних перекладацьких стратегій. Зокрема, одним із ключових обмежень кіноперекладу є необхідність досягнення ліпсинку (від англ. lip sync, що є похідним від lip synchronization «синхронізація рухів губ») — синхронізації артикуляції губ акторів і акторок, що в той чи інший момент з'являються на екрані. Ліпсинк вимагає якнайточнішого ритмічного й інтонаційного узгодження тексту дубляжу з візуальним рядом, що суттєво впливає на перекладацькі рішення.

Так, кінопереклад є не лише процесом трансляції змісту вихідного матеріалу, але й повноцінним актом міжкультурної комунікації, у якому мовні, культурні та технічні елементи взаємодіють між собою. Переклад кінематографу охоплює широкий спектр практик (субтитрування, дубляж, закадрове озвучування (voice-over)), кожна з яких має свої особливості, переваги та виклики, на які перекладач мусить звертати увагу та подолати задля досягнення оптимального результату — якісно перекладеного мультимедійного продукту. Дубляж як вид кіноперекладу особливо привертає увагу завдяки своїй

популярності у світі та в Україні зокрема, а також у складності своєї реалізації. Такі питання, як добір відповідників, які мають семантичну, лексичну та культурну єдність із вихідним текстом, а також відповідають вимогам ліпсінку, постають як центральні в дослідженні дублювання як виду кіноперекладу.

Перш ніж звернутися до конкретних перекладацьких стратегій і трансформацій, характерних для аудіовізуального перекладу та дубляжу зокрема, вважаємо доцільним окреслити історичний розвиток цієї сфери перекладу як у світовому контексті, так і на теренах України, а отже розглянути історію аудіовізуального перекладу в хронологійному порядку, спершу зосередившись на загальному розвитку, а тоді деталізувавши специфіку розвитку цієї галузі в Україні. Подальші підрозділи присвячено розгляду ключових теоретичних і практичних аспектів кіноперекладу, зокрема що стосується перекладу гумору, а також гендерних маркерів, мультимодальності та аспектності.

1.1. Історія аудіовізуального перекладу у світовому контексті

Аудіовізуальний переклад (АВП) — інтерпретація мультимедійного тексту мовою оригіналу та створення нового еквівалентного його мультимедійного тексту мовою перекладу з урахуванням таких контекстуальних складників твору, як музика, відеоряд та невербальні знаки [17, с. 121]. Таким мультимедійним текстом може бути як кінематографічний продукт (ігровий фільм, серіал, мультиплікаційний фільм), так і, наприклад, відеогра або онлайн-медіа. Утім, історія АВП тісно пов'язана саме з розвитком кінематографу, а також із технологічним розвитком поширення медіа. Упродовж останнього століття сфера АВП стала неодмінним інструментом глобалізації та міжкультурної комунікації, аудіовізуальний переклад сприяв поширенню доступу до мультимедійних продуктів, створених різними мовами, для ширшої аудиторії.

Серед методів аудіовізуального перекладу найпоширенішими є дубляж і субтитрування, котрі мають свої специфіки, переваги, недоліки та сфери поширення. З огляду на важливість субтитрування для загального розвитку АВП

як галузі перекладу, а також певну міру залучення субтитрування до перекладу об'єкту дослідження, фільму «Барбі», цей підрозділ розглядає історію появи та розвитку обох видів АВП (як дублювання, так і субтитрування), зосереджуючись на їхніх ролях в історії кінематографу та перекладознавства як у розрізі світової науки, так і в контексті України.

1.1.1. Ранній розвиток (кінець 1920-х–початок 1930-х рр.)

Потреба в мультимедійному перекладові з'явилася майже одночасно з кінематографом — те, що ми називаємо німим кіно, насправді ніколи не було повністю «німим», себто беззвучним. Попри відсутність вербальної усної комунікації безпосередньо між персонажами, зображеними на екрані, німе кіно мало звукові ефекти, зокрема фортепіанний музичний супровід, а також перекладені проміжні титри, або інтертекст. Оповідач за завісою усно озвучував увесь текст, який з'являвся на екрані, для неписьменних і, подібно до суфлера, коментував події, що відбувалися на екрані [49, с. 14].

Виникнення так званого «звукового кіно» (що є доволі умовним терміном, оскільки німе кіно, як уже було зазначено, не було беззвучним; більш точним у цьому контексті було би використання англomовного терміна *talking pictures* («стрічки, що розмовляють») та скороченого похідного варіанту *talkies*, оскільки вони надають більше чітке розмежування того, що є німим, а що звуковим кіно) припало на кінець 1920-х рр., приблизно у 1927–1930 рр., а широке поширення звукових фільмів прийшлося на період після завершення Другої світової війни [49, с. 5]. Першим «справжнім» звуковим фільмом, або «стрічкою, що розмовляє», був французько-німецький «Ніч належить нам» (франц. *La nuit est à nous*, нім. *Die Nacht gehört uns*) [49, с. 18] — романтична мелодрама, заснована на п'єсі французького драматурга Анрі Кістемекерса. Поява нового модусу мультимедіа докорінно змінила кіноіндустрію, що зі свого боку сприяло потребі знаходити нові методи перекладу аудіовізуального тексту, оскільки відтоді виникла потреба перекласти усний діалог безпосередньо між персонажами, а не

проміжний текст, що з'являвся на екрані відокремлено від дії, задля уможливлення міжнародного поширення стрічок [42, с. 1]. Наслідком цього стала з'ява дублювання, а субтитрування набуло того прояву, у якому ми його знаємо сьогодні.

Тут принагідно зазначимо, що більшість, принаймні в країнах Європи, має загальне уявлення про те, які країни надають перевагу дубляжеві, а які — субтитрам. За цим умовним поділом, до «країн дубляжу» (dubbing countries) зараховуємо франкомовні, німецькомовні, іспанськомовні та італомовні країни, тоді як «країнами субтитрів» (subtitling countries), на думку дослідників, є Греція, Нідерланди та країни Північної Європи [49, с. 9]. Тут також можемо виокремити так звані «країни закадрового озвучування» (voice-over countries) — до переліку цих країн уходять Польща, Болгарія, Латвія та, з-поміж інших, Україна [63, с. 69–70]. Однак, як уже було зазначено, цей поділ є умовним, а реальна ситуація ніколи не була настільки простою, адже на практиці більшість країн, які фігурують у таких поділах, мають гібридні моделі використання аудіовізуального перекладу, котрі залежать від типу контенту, цільової аудиторії, історичних передумов та ринку медіапродукції.

Розгляд розвитку кіноперекладу в хронологійній перспективі доцільно розпочати саме з субтитрування, адже цей вид перекладу кінематографу з'явився раніше за дублювання. Першим субтитрованим фільмом у сучасному розумінні цього терміна стала американська стрічка «Співак джазу» (англ. *The Jazz Singer*), створена режисером Аланом Крослендом на основі п'єси американського драматурга Самсона Рефелсона: цей фільм, вперше випущений у Сполучених Штатах Америки у жовтні 1927 р., був показаний з субтитрами французькою мовою вже за півтора року, 26 січня 1929 р., у Парижі [53, с. 2]. Проте випадки субтитрування станом на 1929–1930 рр. лишалися поодинокими; однією з перекладацьких стратегій у цей проміжок часу (і, відповідно, однією з перших перекладацьких стратегій в контексті перекладу мультимедійного тексту) була

відсутність перекладу як такого [63, с. 17] — оскільки субтитрування ще не мало тієї сталої форми, яке воно має сьогодні, а про появу дублювання на той момент не йшлося (значною мірою тому, що фільми були позбавлені усної мови), покладатися на розуміння глядачами контексту без залучення будь-якої вербальної інтерпретації здавалося доцільною альтернативою.

З огляду на цей часовий період, вартою уваги також є практика перезнімання уривків фільмів іншою мовою з метою уникнення потреби в кіноперекладові, за якої сцени, у яких персонажі були показані крупним планом, перезнімалися з місцевим акторським складом, у той час як загальні плани лишалися з першоджерела [41, с. 28]. Науково-фантастичний музичний фільм «Просто уявіть» (англ. *Just Imagine*) режисера Девіда Батлера вийшов у світовий прокат 1930 р.; франкомовна версія стрічки, що отримала назву «Кохання у 2000 році» (франц. *L'Amour en l'an 2000*), мала єдину сцену французькою мовою — коментар на початку фільму, який французький журнал про кіно *La Cinématographie française* назвав «абсолютно зайвим» [41, с. 28]. Можливо, цей елемент був залишком оповідацької традиції озвучування дій на екрані, про яку йшлося вище, проте на цьому французька схильність до перезнімання частин фільмів не зникла, навпаки, набувши форми ще детальнішої адаптації стрічок для франкомовної аудиторії; наприклад, французька версія фільму «Парад зірок “Парамаунт”» (англ. *Paramount on Parade*), що вийшов 1930 р., була позбавлена всіх сцен англійською мовою, натомість усі нові епізоди були відзняті французькою мовою на студії в Жуєнвілі, що на півночі Франції, а ролі в них виконували актори місцевої трупи [41, с. 28].

Що стосується перезнімання цілих фільмів, а не окремих частин, ця практика була поширена як у Сполучених Штатах Америки, так і в Європі. Американські кіностудії, окрім англомовної версії, створювали кілька іншомовних версій однієї стрічки. Ролі в кожній із цих версій виконувала окрема група акторів, а режисерською роботою займалося зазвичай стільки ж людей,

скільки було й іншомовних варіантів [41, с. 29]. У Європі вартими уваги прикладами перезнімання цілих фільмів є німецькі фільми «Товариство» (нім. Kameradschaft) і «Нічия земля» (нім. Niemandsland), а також французько-німецький «Алло, Берлін? Телефонує Париж» (франц. Allo Berlin? Ici Paris!) — усі вони побачили світ 1931 р.

Утім, практика перезнімання цілих фільмів, ба навіть їхніх окремих частин була короткочасною [63, с. 18] — множинне кіновиробництво було трудомістким і потребувало залучення численних знімальних груп і акторських складів. Вагомим лишався й факт економічної ефективності множинних версій [41, с. 30–31]; з огляду на зазначені фактори, таке виробництво було дорогим, а прибутки з множинних версій не були достатніми, аби обґрунтувати подальше використання цієї стратегії. Проте досі лишалася потреба адаптувати певну стрічку для іноземної аудиторії, яка не володіла мовою, якою цю стрічку створено. Кропіткий і недешевий досвід перезнімання фільмів став еволюційним кроком для аудіовізуального перекладу та кіновиробництва, зумовив подальший розвиток уже знайомого для тогочасної аудиторії методу субтитрування, а згодом і з'яви дублювання як цілком нового виду перекладу.

Дублювання виникло на початку 1930-х рр.: за деякими даними, творцем дубляжу є Якоб Кароль, який був відповідальним за німецький відділ кіностудії «Парамаунт» у 1930-ті рр. [52, с. 10]. Починаючи з 1931 р., коли множинні версії стали втрачати оберти, дубляж стали використовувати дедалі частіше з протекціоністських, фінансових та технічних міркувань [49, с. 21]. Із плином часу, дублювання закріпилося як одна з основних видів аудіовізуального перекладу в багатьох країнах, насамперед у тих, про які йшлося вище (так звані «країни дубляжу»), особливо якщо внутрішня мовна політика сприяла розвиткові національного кінематографу або захисту мовного простору, навіть коли йшлося про екстремальні випадки: в Італії, коли її очолював Беніто Муссоліні, Іспанії за часів Франсіско Франко та нацистській Німеччині іншомовні фільми поставали

«шкідливим інструментом», які буцімто впливали на місцеві мови та суперечили «національним традиціям» [49, с. 21]. Мовні політики щодо чужомовного продукту сягали доволі радикальних масштабів: в Італії, наприклад, вдавалися до перекладу навіть власних імен [52, с. 223]. На сьогоднішній день дублювання є не лише одним із функційних способів кіноперекладу, але й важливим інструментом локалізації кінопродукту, спроможним вплинути на сприйняття фільму аудиторією. Своєю чергою, це сприяє культурній адаптації змісту художнього фільму та забезпечує природне сприйняття дубльованого продукту як у лінгвістичному, так і в культурному контекстах, водночас зберігаючи комунікативний задум оригінального аудіовізуального тексту.

1.1.2. Подальший розвиток (1930-ті–1970-ті рр.)

Для 30-х рр. ХХ ст. характерним є не лише продовженням розвитку аудіовізуального перекладу на фоні загального технологічного розвитку, але й поява перших досліджень із АВП. Зокрема, 1932 р. у французькому журналі *Cinés* вийшла стаття Валентена Мандельштама, названа *Le dubbing* (у пер. з франц. «Дубляж»). Із тих пір галузь вивчення АВП динамічно розвивається, поступово втрачаючи свою первісну периферійність [60, с. 155]. Проте повноцінною частиною перекладознавства АВП став лише у 1980-х рр., після значного спротиву, а за твердженням Іва Гамбьє, аудіовізуальний переклад як складник перекладознавчої дисципліни зазнав розквіту лише в 1995 р., у соту річницю народження кінематографу [70, с. 9–10]. Певно, значною мірою цьому посприяв технологічний прогрес, яким характерні 90-ті рр. ХХ ст., особливо що стосується розвитку такої новітньої системи як інтернет, а також поглиблення глобалізації внаслідок розвитку всесвітньої мережі.

Що стосується розвитку субтитрування, то в цей період виникли механічний та термічний методи субтитрування. 1930 р. норвезький винахідник Лейф Еріксен запатентував метод штампування тексту на фільм, а вже за кілька років, 1935 р., угорський кінематографіст Олівер Турчані винайшов випалювання

тексту субтитрів на плівці за допомогою розм'якшування або плавлення емульсійного шару [53, с. 3]. (Тут важливо зазначити, що Ян Іварссон, на чію працю ми покликаємося з-поміж інших у цьому підрозділі, подає ім'я як O. Turchányi, без розшифрування повного імені. Проаналізувавши окремі інтернет-джерела, маємо підстави вважати, що йдеться саме про угорського кінематографіста та винахідника Олівера Турчані [71].) Попри технічну нестабільність, ці ранні методи набули поширення в різних регіонах світу.

Першу спробу субтитрування для телебачення було здійснено 1938 р., коли британський телеканал «Бі-Бі-Сі» показав німецький німий фільм 1926 р. «Празький студент» (нім. *Der Student von Prag*) із перекладеними англійською мовою інтертитрами [53, с. 5]. Цей телевізійний показ викрив нагальну на той час проблему субтитрування: кінематографічні субтитри були важкими для сприйняття телеглядачів, особливо зважаючи на невеликі розміри тогочасних телевізорів; це зумовило появу нових методів субтитрування, розроблених спеціально для телебачення. Від 60–70-х рр. ХХ ст. у субтитруванні для телебачення випробовували нові методи створення титрів. Одним із таких методів було електронне накладання титрових зображень на плівку, через що здавалося, ніби титри є частиною плівки — метод, який подекуди використовувався і дотепер [53, с. 5]. Приблизно в той самий час виник доволі примітивний, проте дешевий і ефективний метод оптичного субтитрування, за якого негатив плівки було вкладено в сканер, після чого перекладач вводив титри власноруч, синхронізуючи їх із програмою. В інакшому випадку це був автоматизований процес — титри більш чи (зазвичай) менш надійно вводила автоматична система [53, с. 5].

Що стосується дублювання, то одна з причин використовувати його (окрім ідеологічної, зазначеної вище) крилася у фінансах: з одного боку, американські студії та дистриб'ютори стрічок хотіли задовольнити потреби якомога більшої кількості різномовних аудиторій (що, своєю чергою, приносило більші прибутки

для цих самих студій і дистриб'юторів); з іншого — дублювання було значно дешевшим за перезнімання того самого фільму кількома мовами. До того ж аудиторія могла бути доволі шовіністичною; відповідно, фільми чужою мовою на певних територіях могли бути просто неприйнятними. Як пише Ів Гамб'є, у Парижі, Мілані, Будапешті та Празі пройшли масові акції протесту проти використання іноземних мов на екрані, що зокрема стосувалося англійської та німецької [49, с. 21].

Наприкінці 1930-х рр. кінотеатри в Шанхаї почали експериментувати з синхронним перекладом: одним із перших прикладів закадрового озвучування, на противагу до субтитрування та дубляжу, став фільм «Повернення Сіско Кіда» (англ. *The Return of the Cisco Kid*), що вийшов у квітні 1939 р.; уже в листопаді того ж року його було показано в Шанхайському Великому театрі [49, с. 23]. Синхронних перекладачок, яких називали «Пані Навушник», було три, усі вони були випускницями вишів та шанувальницями кінематографу, а сама практика залучення синхроністок, що вони не лише перекладали репліки персонажів, а й подекуди коментували події, які відбуваються у фільмі, була поширена в Шанхаї до 1949 р. [49, с. 23–24].

Майже одночасно з шанхайськими експериментами американські та радянські кінокомпанії стали власноруч просувати свій кінопродукт на китайський ринок. Зокрема, 1946 р. американська студія «Метро-Голдвін-Маєр» офіційно випустила в китайський прокат фільм «Тарзанова пригода в Нью-Йорку» (англ. *Tarzan's New York Adventure*, 1942), а радянський «Совекспортфільм» дублював китайською фільм «Зоя» (1944); водночас китайські студенти, що перебували в Італії, виконали експериментальний дубляж фільму «Незабутня пісня» (англ. *A Song to Remember*, 1945) [49, с. 21].

Домінування дублювання продовжилося в 1950-ті рр.; через політичну ситуацію повоєнної Європи цей вид АВП функційно вийшов за межі суто інтерпретації вихідного тексту іншою мовою. У Німеччині кінематограф загалом

став механізмом історичного цензурування — у 1941 р., після того, як США вступили до Другої світової війни, фільми американського виробництва були заборонені, тому єдиними іноземними фільмами, які показували в німецьких кінотеатрах, були продукти італійського й іспанського виробництва [39]. Крім того, у повоєнні роки цензурування набуло форми зміни змісту реплік і слугувало способом «зменшити рефлексію про минуле» Німеччини [57]. Так, фільм «Касабланка», що вперше вийшов 1942 р., німецькі глядачі побачили лише 1952 р.; завдяки дубляжу один із головних героїв стрічки перетворився з чехословацького борця спротиву — втікача від нацистського режиму на шведського науковця, котрий намагався уникнути Інтерполу [57], а отже, політичний контекст вихідного фільму було цілковито змінено. Так, приклад німецької версії «Касабланки» ілюструє роль дублювання як інструменту переосмислення сюжетів відповідно до повоєнних настроїв.

Головним досягненням технологічного розвитку дублювання в цей період є вдосконалення техніки постсинхронізації звукових доріжок. Зокрема, система Moviola, що виникла у 1930–1931 рр., дозволяла синхронізувати всі складники дубляжу (голосові репліки, музику, звукові ефекти), записані окремо, а 1954 р. система пілот-тон уможливила запис синхронізаційних сигналів за допомогою аналогових аудіореєстраторів [49, с. 19]. Ці нововведення збіглися з іншими розробками у сфері звукової технології кінематографу — саме на 50-ті рр. ХХ ст. прийшлося впровадження стереозвуку. Одним із перших стереозвукових фільмів стала документальна стрічка 1952 р. «Це Сінерама» (англ. This Is Cinerama) — у фільмі було використано тривимірний звук для створення ефекту присутності безпосередньо перед камерою [44, с. 122].

У 1953 році Кінокомпанія «Двадцять Століття Фокс» представила власну технологію, CinemaScore, у якій використовувалися чотири звукові доріжки, записувані за допомогою магнітних смуг уздовж країв плівки [37, с. 71]. Недоліки цієї системи зумовили подальший розвиток кінематографічного аудіозапису.

Вартими уваги тут є створення системи Perspecta Sound (1954) і, зрештою, повернення до монофонії [37, с. 71–72].

Поява легких камер і портативних магнітофонів у 1960-ті рр. сприяла розвитку стилів документального кіно Cinema Vérité та Direct Cinema, орієнтованих на прямий запис звуку [37, с. 72]. Режисери «нової хвилі», зокрема Роберт Альтман, Френсіс Форд Коппола, Артур Пенн і Джордж Лукас, експериментували з записом аудіо за допомогою кількох мікрофонів, а чи не найважливішим досягненням того часу стало створення технології Dolby Stereo [37, с. 72–73]. Так, наприкінці 1960-х рр. кіновиробництво знову повернулося до стереофонії.

Характерною рисою 1970-х рр. стало поглиблення розвитку дублювання для телебачення та поширенням дублювання на більшу кількість територій. Так, упродовж 1970-х і 1980-х рр. у туніський ERTT почав дублювати відомі мультфільми туніською арабською та стандартною арабською мовами [48, с. 53], що уможливило доступ до міжнародної медіапродукції новій мовній і культурній аудиторії. Проте чи не найвагомішою розробкою 1970-х рр. у контексті дубляжу стало впровадження автоматизації фейдерів (повзункового регулятора, який керує приглушенням), що значно спростило керування великою кількістю звукових доріжок; першим пристроєм, що мав автоматизований фейдер, став пульт Olive Series 2500, випущений 1971 р. компанією Olive Electro Dynamics Inc. [68]. Введення технології в обіг дозволило звукорежисерам програмувати зміни гучності на всьому проєкті, що істотно підвищило ефективність і стабільність дубляжу.

Невдовзі інші виробники пішли за прикладом Olive: 1972 р. Allison Research представила Model 256, того ж року Quad-Eight створила Compmix — систему для модернізації старіших версій пультів [68]. Так, інтенсивні технічні зміни 1970-х рр. заклали підґрунтя для подальшої автоматизації звукової

постпродукції та глобалізації аудіовізуального медіавиробництва. Інновації цього часу відкрили нові можливості і для технічних спеціалістів, і для глядачів.

1.1.3. Аудіовізуальний переклад у цифрову епоху (з 1980-х рр.)

Наприкінці 1970-х–початку 1980-х рр. робота з субтитруванням продовжувала ставати дедалі більш автоматизованою; були розроблені комп'ютерні системи для автоматизованої роботи з субтитрами [45, с. 70], вартими уваги серед яких є система телевізійних електронних знаків (Television Electronic Characters, TEC), розроблена для телеканалу «Бі-Бі-Сі» 1976 р., SVT–TeleEkonomi, яка почала діяти 1981 р., та система Screen Electronic, що вона виникла приблизно в той самий час [53, с. 6]. У кінці 1980-х рр. у Парижі була розроблена технологія лазерних субтитрів, за допомогою якої субтитри створювали без використання фізичних табличок чи хімікатів [53, с. 4]. Такі субтитри були надзвичайно чіткими, і, хоч обладнання для їхнього створення мало високу вартість, їхнє виробництво було дешевим і повністю автоматизованим, що зумовило популярність технології [53, с. 4]. Отже, визначною рисою цифрової епохи в контексті субтитрування є перехід від переважно ручної роботи до високоточної автоматизації субтитрування.

Дублювання й надалі передувало з-поміж інших видів аудіовізуального перекладу впродовж 1980-х та 1990-х рр. у країнах із єдиною основною мовою спілкування, які мали власні кіноіндустрії та могли дозволити дубляж; зокрема, дублювання було поширене як у кіно, так і на телебаченні в Німеччині, Італії, Іспанії та Франції [63, с. 23]. Водночас можемо спостерігати певні зсуви, коли «країни дубляжу» (за класифікацією, поданою раніше) стали експериментувати з субтитруванням, а «країни субтитрів», своєю чергою, почали набувати досвіду дублювання [75, с. 1–2]. Зокрема в Німеччині, Австрії та Швейцарії частка глядачів, які споживають дубльований контент, настільки переважає над тими, хто віддає перевагу субтитрам, що субтитрування майже зникло з ужитку в кінотеатрах [63, с. 23]. З огляду на це, можемо стверджувати, що в сучасну епоху,

межі між «країнами дубляжу» та «країнами субтитрування» остаточно розмилися внаслідок технологічного розвитку, а також глядацьких потреб, які постійно змінюються.

Значущим є й той факт, що інтернет-платформи на штиб Netflix чи Amazon Prime зробили внесок у «вибух каналів» та підвищений попит на локалізації; дублювання становить найбільшу частку доходів подібних платформ [75, с. 2]. Попри превалювання дубляжу в багатьох країнах сьогоденної Європи, глядачам досі надається можливість обрати між дубльованим або субтитрованим медіапродуктом.

Отже, технологічні досягнення та цифрова трансформація останніх десятиліть значно змінили процес як субтитрування, так і дублювання, посприявши їхній автоматизації, підвищенню ефективності та технічній якості, а також зниженню собівартості виробництва. Онлайн-платформи стимулюють попит на локалізації, а дубляж і субтитри значною мірою не протиставляються одне одному, а співіснують в одному просторі.

1.2. Стан і становлення кіноперекладу на теренах України

Як зазначає Тетяна Журавель, кінопереклад на території України почав розвиватися пізніше, аніж у Європі та США [9, с. 37]. Русифікація, якої зазнавала українська кіноіндустрія впродовж перебування України в складі СРСР, а згодом, після здобуття незалежності, «за інерцією пострадянських часів» українська медіапродукція була переважно дубльована російською [9, с. 37]. З огляду на це, можемо виокремити два періоди розвитку перекладу кіно в Україні — в УРСР та в незалежній Україні.

1.2.1. Авдіовізуальний переклад в Україні радянської доби

Дубляж на території СРСР розпочався в середині 1930-х — 1935 р. було створено переклад науково-фантастичного фільму «Людина-невидимка» (англ. *The Invisible Man*, 1933) [27, с. 235]. На жаль, про розвиток українського

дублювання тут не йдеться — фільм студії «Юніверсал» переклали та озвучили російською мовою, а сам процес дубляжу пройшов у Москві в Науково-дослідницькому кінофотоінституті [27, с. 235]. Крім того, важливо зазначити, що українською мовою фільми в СРСР майже не дублювали — одним із небагатьох фільмів, які було дубльовано українською в той час, став фільм «Якось улітку», створений 1936 р. на кіностудії «Українфільм» [31, ст. 120]. Стрічку було створено одразу в двох варіантах — російською й українською [21, с. 59]. Так, можемо стверджувати, що вже в середині 1930-х рр. було закладено підвалини для подальшого розвитку кіноперекладу як сфери перекладу на теренах Радянського Союзу, що неодмінно вплинуло і на стан і становлення АВП в УРСР.

Активніше кінопереклад на території УРСР став розвиватися в 1960-ті рр., а осередком дублювання стала кіностудія ім. О. Довженка; попри той факт, що цей етап дослідники враховують у загальному описі історії українського кіноперекладу, фільми в 1960-х рр. були перекладені російською мовою [9, с. 37]. Так було аж до 1978 р., коли в Києві було засновано студію кіноперекладу «Синхрон» при театрі «Хлопавка», на якій переклад уже стали виконувати українською [13, с. 11]. Тут принагідно зазначимо, що переклади фільмів, дубльовані на студії «Синхрон», орієнтувалися на дубляжі радянського зразка [13, с. 11], а отже, були вторинними, тексти цільовою мовою не містили перекладацької творчості — вони повністю відтворювали вихідний текст.

Отже, АВП в часи радянської України має радше номінальну роль, адже це були або переклади на російську мову, хоча й створені в Україні, або вторинні тексти, які ретранслявали текст вихідною мовою без залучення творчого підходу до процесу перекладу.

1.2.2. Авдіовізуальний переклад на теренах незалежної України

Третій етап розвитку АВП в Україні розпочинається після 1991 р., коли Радянський Союз припинив своє існування, а Україна здобула незалежність. У перші роки української державності головною проблемою дубляжу була

неспівмірність значної кількості імпортованої кінематографічної продукції до кількості студій, які могли би виконувати переклад цієї продукції [26, с. 401]. Українські студії кіноперекладу, що виникли на початку 1990-х рр., — «Омікрон», «Румбарбар», «Пілот», «Так Треба Продакшн», UkrDub та інші [15, с. 178]. Водночас це десятиліття характерне й поширенням (як це називають Т. В. Кушнірова і А. В. Мацько, «засміченням») українського простору одноголосими аматорськими й часто нелегальними перекладами — цей феномен згодом отримав назву «переклад Гаврилова» [13, с. 11], вочевидь, за ім'ям російського перекладача-синхроніста Андрія Гаврилова, оскільки створення такого перекладу (які ми схильні класифікувати як закадровий) не потребувало тих зусиль, які йшли на повноцінне дублювання фільму.

13 січня 1998 р. було прийнято першу редакцію закону України «Про кінематографію», у якому зокрема йдеться про створення та розповсюдження перекладної кінопродукції. Згідно з положеннями цього закону, будь-який іншомовний фільм мусить бути дубльований, озвучений, або субтитрований державною мовою або мовами національних меншин [23].

Закадровий переклад був основним видом кіноперекладу в Україні впродовж 1990-х рр. та на початку 2000-х рр. [9, с. 37], що, певно, і є причиною зарахування України до «країн закадрового озвучування», про що було згадано раніше. Першим медіапродуктом, озвученим на професійному обладнанні, став американський ситком «Альф» (англ. ALF, 1986–1990) [24, с. 50], переклад до якого виконав Олекса Негребецький [16, с. 95]. У ході роботи з вихідним текстом перекладач вдавався до культурної адаптації з метою наблизити гумор оригіналу до української аудиторії, апелюючи до їхніх фонових знань. Як результат, серіал мав настільки високу популярність серед українських глядачів, що в період з 1991 по 2001 рр. його було показано п'ять разів [16, с. 95]. Отже, уже на цьому етапі кінопереклад у незалежній Україні відрізняється від кіноперекладу в УРСР

своєю винахідливістю та сміливістю щодо адаптації вихідного тексту відповідно до потреб іншомовної, іншокультурної аудиторії.

Власне дубляж в Україні розпочався 2006 р., першим мультфільмом, дубльованим українською, стала стрічка «Тачки» (англ. Cars, 2006), дубляж до якої було створено на студії «Постмодерн Продакшн» (яка на той момент називалася Pteroduction Sound), а переклад, як і у випадку з «Альфом», виконав Олекса Негребецький. Цей дубляж виявився настільки вдалим як із боку перекладу, так і з технічного погляду, що дав поштовх до подальшого розвитку сфери дублювання іншомовного контенту на теренах України [13, с. 11]. Зокрема, того ж 2006 р. в український прокат та дубльовані українською мовою вийшли фільми «Диявол носить Prada», «Пірати карибського моря: Скриня мерця», «Парфумер: Історія одного вбивці», «Казино Рояль», «Сезон полювання» та «Ерагон».

Станом на 2010 р. кількість дубльованої кінопродукції в Україні сягала майже 55%, проте до 2012 р. ця частка зменшилася до 38% через політичну ангажованість проросійського уряду в питаннях українського дубляжу [13, с. 12]. Зокрема, 2012 р. у зв'язку з «з ухиленням від сплати податків в особливо великих розмірах» податкова міліція провела обшуки на студії Le Doyen [19]. Як зазначив власник студії Богдан Батрух, на той момент на Le Doyen виходило щонайменше 40% усіх фільмів, дубльованих українською [19]; дослідники з покликаннями на українські ЗМІ оцінюють кількість дубляжу, створеного на студії, у 60% від загальної [13, с. 12]. Унаслідок обшуків Державна податкова служба України вилучила необхідне для створення дубляжу обладнання, що фактично паралізувало роботу студії аж до моменту, поки обладнання не повернули. Згодом викрилося, що звинувачення в ухиленні від сплати податків було повністю сфальсифіковане [5], що чітко ілюструє цілеспрямований тиск на компанію; це один із прикладів стратегії проросійських сил щодо витіснення українськомовного контенту з українського медіапростору.

Наразі найпоширенішим модусом кіноперекладу в Україні є саме дубляж, крім того, Україна, як зазначають Т. Кушнірова й А. Мацько з покликанням на К. Лінартовича, не просто випереджає ряд країн Європи за якістю дубляжу, але й утвердилася як країна з найкращим дубляжем у Європі [13, с. 12], що свідчить не лише про популярність української дубльованої продукції серед української аудиторії, а й про високу технічну та лінгвістичну якість цих перекладів.

Водночас сучасний український дубляж не обмежений лише новинками світового кінематографу: як зазначає керівник онлайн-сервісу sweet.tv Олександр Резунов, їхня ініціатива «Hollywood українською» спрямована на створення українського дубляжу до фільмів, випущених до 2006 р., коли в Україні розпочали активно виконувати дублювання [33], що сприяє поступовому заповненню прогалин в українському кінематографічному просторі та забезпеченню доступу до класики світового кіно українською мовою.

Субтитрування ж зазвичай використовують під час показу стрічок на кінофестивалях на штиб кінофестивалю «Молодість» та Одеського міжнародного кінофестивалю [15, с. 178–179]. Згідно з законом України «Про забезпечення функціонування української мови як державної», за межами фестивалів інших заходів іншомовні фільми все ж мають бути дубльовані державною мовою [22], що вкорінює роль дублювання як важливої сфери української національної культури.

Отже, у ході історичного розвитку українськомовний (ширше — український) аудіовізуальний переклад пройшов шлях від маргінального явища, характерного переважно російськомовністю, до самостійної, високопрофесійної галузі. Український дубляж сьогодні не лише відіграє важливу роль у національній культурі, але й утверджує роль України як лідера серед європейських «країн дубляжу», у той час як субтитрування посіло власну нішу в межах фестивалів.

1.3. Дубляж та субтитрування як види кіноперекладу

Підсумовуючи викладене в попередніх підрозділах, можемо стверджувати, що дубляж є виразним видом аудіовізуального перекладу, що має потенціал подолати мовні та культурні бар'єри та забезпечити лінгвістичну доступність кінопродукції для глядачів у всьому світі. На відміну від субтитрування, за якого перекладений текст лише додається на екран до основного викладу стрічки, процес дублювання передбачає заміну вихідного усного діалогу на ретельно синхронізований відповідний авдіальний текст цільовою мовою, що вимагає не лише лінгвістичної точності, але й розуміння просодичних елементів, як-от мелодика та ритм висловлювання, специфіки комунікативної ситуації, культурного навантаження оригінального висловлювання. Відхилення від змістової, інтонаційної або культурної відповідності можуть негативно вплинути на сприйняття кінцевого продукту аудиторією, знизити його естетичну цінність, а подекуди перлокутивний ефект може бути протилежним до первісного задуму, вираженого авторським задумом оригіналу.

Показовим у цьому контексті є італійський дубляж іспанського комедійного фільму «Жінки на межі нервового зриву» (ісп. *Mujeres al borde de un ataque de nervios*, 1988), характерний використанням у ході дубляжу розмовної італійської мови, яка має нижчий реєстр, аніж іспанська в оригіналі; саме контрастність мовних реєстрів в оригінальній стрічці створює комічний ефект для глядача. Відповідно, надмірна нормалізація мовлення персонажів нівелює цей ефект і знижує гумористичне навантаження [69, с. 70–71]. Тут принагідно зазначимо, що аналіз Франко Ла Полли актуалізує питання культурної адаптації, демонструючи, що заміна культурного контексту на інший, який є ближчим до цільової аудиторії, є не просто допустимою, але й умотивована метою та функцією конкретного перекладу [69, с. 71, 76]; водночас Марія Реуцька зазначає, що кінопереклад у своєму адаптаційному потенціалові наближається до вільного перекладу, для якого характерні онаціональнення, локалізація, осучаснення [25,

с. 197–198]. Так, трансформації, котрі виникають у ході культурної адаптації вихідного тексту цільовою мовою слід розглядати як повноцінну перекладацьку стратегію. Детальніше питання дослідження перекладацьких трансформацій буде розглянуто в наступному підрозділі цієї роботи.

Водночас варто наголосити, що характер перекладацьких стратегій, використовуваних у дублюванні, значною мірою залежить від жанрової специфіки стрічки. У фільмах комедійного жанру, зокрема, особливе значення має збереження та належна адаптація гумору, що вимагає ретельного балансування між буквальним, подекуди дослівним перекладом і адаптацією всіх жартів до сприйняття цільового глядача. Так, дубляж у комедії потребує уваги до мовної гри, алюзій, тональності та прагматичних намірів мовця.

Отже, дублювання є не просто технічним процесом переозвучування стрічки іншою мовою, а повноцінним мистецтвом, котре потребує спільних зусиль і злагодженої співпраці між перекладачами, акторами дубляжу, режисерами дубляжу та звукорежисерами. Кожен і кожна серед них відіграє важливу роль у забезпеченні автентичності дубльованої версії та емоційному резонансі серед аудиторії.

Субтитрування як вид кіноперекладу має свої характерні риси. Насамперед воно характерне не лише відтворенням усного діалогу, тобто тих висловів, які персонажі фільму вербалізують, але й відтворенням будь-якої доречної авдіальної чи візуальної інформації — наприклад, пісень, які часто лишаються неперекладеними в дубляжі, або ж фонових голосів на вулиці, в натовпі тощо [11, с. 635]. Окрім того, субтитри мають бути розміщені строго внизу екрану та поміщатися не більш як у два рядки, мати чітке розмежування між словами та читабельний шрифт [8, с. 158–159]. Порухення цих вимог може призвести до порушення глядацького сприйняття інформації внаслідок фізіологічної втоми.

Досягнення оптимального результату в умовах субтитрування — це компроміс між точним відтворенням змісту та коротким викладом важливого

матеріалу [8, с. 159]. Отже, за субтитрування може виникати необхідність свідомо вдаватися до омісії — видаляти певні елементи, які, на думку перекладача чи перекладачки, є несуттєвими для сприйняття цілого висловлювання, відповідно, їхня відсутність не спричинить непорозуміння серед іншомовної аудиторії.

Унікальність субтитрування як виду перекладу полягає в його діагональній природі — усне мовлення персонажів перетворюється на письмове мовлення, якими відтворено субтитри, що уможливує також відтворення елементів, неприйнятних за лінійних видів перекладу, у ході чого перекладач/перекладачка мусить удаватися до усунення ознак, характерних для усного дискурсу, зокрема, вагання, фальстарту, колоквіалізму й інші елементи, які можуть погано передаватися в письмовому тексті [18, с. 17]. Такі трансформації змушують перекладача-субтитрувальника ухвалювати рішення щодо того, що варто включити, а що — пропустити, з метою збереження наративної цілісності та природності в мові перекладу, що певною мірою споріднює його роботу з редакторською.

Окрім того, перекладач-субтитрувальник мусить бути свідомим культурного контексту та вміти адаптувати ідіоматичні вирази та культурно-специфічні реалії та референції так, аби вони були зрозумілими та доречними для цільової аудиторії [34, с. 2].

Процес субтитрування передбачає застосування перекладацьких стратегій, спрямованих на подолання таких викликів, як культурно-обумовлені реалії, гумор і неформальна лексика. Так, за субтитрування може бути застосована стратегія евфемізації, а подекуди — гібридна стратегія, що ґрунтується на поєднанні евфемізації з узагальненням, а також формалізація неформального мовлення та вибіркві омісії [34, с. 14, 19–20]. Так, на якість кінцевого субтитрованого продукту впливає не лише критерій лінгвістичної точності, але й

перекладацька спроможність передати задум, тон і культурні нюанси вихідного тексту.

До специфічних обмежень субтитрування (окрім уже названих, зумовлених технічними вимогами), яких натомість можливо досягнути в умовах дублювання, дослідники зараховують зокрема практичну неможливість відтворення діалектних і соціолектних особливостей окремих персонажів, а також інгерентну форенізацію мультимедійного продукту, тоді як якісно виконаний дубляж і продукт практично неможливо відрізнити від продукту, створеного певною мовою з самого початку [11, с. 636]. Отже, субтитрування, хоч і є ефективним засобом відтворення змісту, не здатне повною мірою відтворювати лінгвокультурну різноманітність персонажів, що може бути сприйняте як зниження його автентичності у порівнянні з дубляжем.

Технологічні досягнення, зокрема в галузі машинного перекладу та штучного інтелекту, змінили процес субтитрування, автоматизувавши початкові етапи транскрибування та перекладу [10, с. 36]. Утім, людський чинник залишається незамінним, оскільки лише досвідчені мовознавці здатні точно інтерпретувати культурні відсилки, ідіоматичні вирази та емоційні відтінки, а машинний переклад апріорі потребує постредагування, позаяк автоматизований перекладач неспроможний відчувати всі контекстуальні тонкощі, притаманні вихідному тексту [10, с. 37]. В контексті українського аудіовізуального перекладу субтитрування виявляється непростим завданням, що потребує мовних та технічних компетенцій, а кількість досліджень, присвячених аналізу та покращенню якості українськомовних субтитрів до іноземного контенту, постійно зростає [18, с. 12; 11, с. 637]. Отже, на сучасному етапі можемо говорити про синергетичний підхід до субтитрування: машинний переклад і механічне транскрибування забезпечують швидкість і економію ресурсів, водночас професійна постредактура, виконана кваліфікованими фахівцями, гарантує точність відтворення усіх зазначених вище елементів, адекватність

культурних референцій і реалій (або, відповідно, адекватну еквівалентну заміну цих референцій і реалій), збереження емоційного відтінку оригіналу.

1.3.1. Проблематика добору ліпсінк-відповідників

У сфері аудіовізуального перекладу перед перекладачами постає низка викликів, проте окремі питання є унікальними саме для дублювання. На відміну від субтитрування, де перекладений текст співіснує з оригінальною звуковою доріжкою, дубляж вимагає повного заміщення авдіального ряду, що, своєю чергою, зумовлює потребу створити максимальну відповідність між мовним оформленням цільового продукту та його візуальною складовою.

Серед таких вимог маємо ліпсінк, тобто синхронізацію артикуляції, ритму, темпу мовлення та емоційної інтонації. Отже, у цьому контексті одним із найскладніших аспектів дублювання є забезпечення ліпсінк-відповідності, тобто такого добору мовного матеріалу, який дозволяє досягти ефекту візуальної й авдіально узгодженості. Порушення синхронізації між авдіальним і візуальним рядами може бути сприйняте аудиторією як технічна помилка, штучність, неавтентичність вихідного продукту, призвести до відчутного когнітивного дисонансу в аудиторії, наслідком чого може стати зниження загальної якості сприйняття кінопродукту.

Одним із ключових аспектів ліпсінку є питання добору відповідного мовного матеріалу. На цьому акцентує дослідниця Оксана Полякова, яка зазначає, що найголовнішою вимогою до ліпсінку в ході дублювання є дотримання фонетичного синхронізму — організації перекладу репліки, за якої «перекладена фраза якомога точніше має відповідати оригінальній фразі за тривалістю звучання, кількістю складів та опорних пунктів, зокрема мають збігатися зімкнені приголосні та лабіалізовані голосні» [20, с. 5].

З огляду на таке визначення фонетичного синхронізму, можемо припустити, що в ході адаптації тексту дубляжу ігрового фільму (на противагу

до анімаційного, у якому артикуляція промальована умовно, у формі візем ключових звуків [20, с. 6], а отже, перекладач має більшу волю й може добирати слова суто за критерієм фонетичних відповідників) перекладач мусить орієнтуватися не лише на лексико-семантичну точність, а й на фонетичну, артикуляційну відповідність (синхронію) між лексемами двох мов. Такий підхід потребує ретельного аналізу звукової структури як окремих лексем, так і цілих реплік, висловлювань, а також може вказувати на необхідність модифікації синтаксичної побудови речення, перестановки його компонентів або часткової заміни лексичних одиниць на фонетично й артикуляційно більш відповідні. Дотримання необхідних вимог добору ліпсінк-відповідників сприяє візуальній природності мовлення персонажів на екрані.

Отже, добір ліпсінк-відповідників — ключовий аспект дублювання, що значною мірою визначає якість перекладеного медіапродукту та зумовлює виокремлення критеріїв для виокремлення відповідників. Процес добору вимагає лексичної фонетичної та прагматичної відповідності між лексемами у вихідній та цільовій мовах, що, своєю чергою, формує підґрунтя для подальших перекладацьких трансформацій. Так, ліпсінк є не суто технічною вимогою, а одним із чинників авдіовізуальної когезії стрічки.

1.4. Дослідження ролі перекладацьких трансформацій у перекладі комедій

У ході перекладу мультимедійного тексту перекладачі мають не лише передати зміст оригінального висловлювання, а й адаптувати його, враховуючи культурні особливості цільової аудиторії кінцевого продукту — дубльованої або субтитрованої (ширше — перекладеної) стрічки. До такої культурної адаптації може входити зміна певних культурних реалій, традицій або жаргонних виразів. Так, можна виокремити цілий ряд перекладацьких трансформацій, характерних як для сфери перекладу загалом, так і суто для авдіовізуального перекладу.

Переклад між різними мовами, або міжмовний переклад, є частиною триєдиного визначення перекладу, котре запропонував Роман Якобсон. Так, переклад має три форми:

1. внутрішньомовний переклад, або перефразування, — інтерпретація вербальних знаків за допомогою інших знаків тією самою мовою;
2. міжмовний переклад, або власне переклад, — інтерпретація вербальних знаків засобами іншої мови;
3. інтерсеміотичний переклад, або трансмутація — переклад вербальних знаків за допомогою знаків невербальних знакових систем [54, с. 233].

У нашому дослідженні увагу зосереджено безпосередньо на другому прояві перекладу, себто, власне перекладові (міжмовному); проте, враховуючи жанрову специфіку об'єкту дослідження та природу гумору в ньому, за доцільне вважаємо звертати увагу і на третю форму перекладу — трансмутацію.

Якісно виконаний переклад не може абсолютно збігатися з оригіналом, тобто бути дослівним, позаяк за дослівного перекладу зміст висловлювання ігнорується на догоду відтворенню формальної, зовнішньої оболонки тексту. У найкращому випадку це призводить до втрати комунікативного ефекту, властивого оригіналові, а в найгіршому — до зміщення акцентів, ба навіть непорозумінь у сприйнятті цільового тексту. А отже, перекладачі вдаються до певних перекладацьких трансформацій, що вони спрямовані на збереження змісту оригінального висловлювання, проте можуть різнитися в контексті культурного навантаження.

У контексті перекладу комедійного медіапродукту трансформації зумовлені здебільшого культурною асиметрією між вихідною аудиторією фільму та цільовою, для якої створюється переклад. Певні культурні реалії та специфічний для певної мови гумор виявляються неперекладними (а подекуди навіть небажаними) для іншомовної аудиторії [4, с. 3], а отже, певні стратегії

виявляються менш продуктивними за перекладу комедії. У поєднанні з необхідністю дібрати ліпсінк-відповідники, критерії добору яких описано вище, розмаїття перекладацьких трансформацій звужується.

В. І. Барсукова виокремлює чотири категорії, за якими можна класифікувати переклад комедії:

1. ситуативний універсальний гумор залежить від інтерпретації мовцем певної ситуації, проте не є культурно-специфічним;

2. ситуативний специфічний (культурно-обумовлений) гумор також залежить від інтерпретації ситуації, проте ця категорія гумору заснована на реаліях, які є характерними для конкретної нації, етносу, культури;

3. мовний універсальний гумор, як і ситуативний універсальний гумор, не є культурно-специфічним, але, на відміну від ситуативного, природа комічного в мовному гуморі народжується саме у вербальній площині;

4. мовно-специфічний гумор включає каламбури, гру слів, власні назви, використані в комедійному контексті тощо [4, с. 4–5].

Така класифікація уможливіє чітке розмежування гумору залежно від ступеня культурної специфічності та мовної обумовленості. З огляду на характерні риси цих категорій, можемо підсумувати, що найменше труднощів викликає переклад універсального гумору (що мовного, що ситуативного), проте ситуативний специфічний і мовно-специфічний види гумору потребують перекладацької творчості та обізнаності в мовно-культурних системах обох мов, часто вимагають застосування адаптаційних, компенсаційних стратегій.

Узагальнюючи викладене, можемо стверджувати, що перекладацькі трансформації відіграють ключову роль у перекладі комедії, оскільки саме завдяки вони роблять можливим відтворення гумористичного перлокутивного ефекту для цільової аудиторії медіапродукту. Комунікативна успішність такого перекладу залежить від гнучкості перекладача, його здатності орієнтуватися в

жанрових, культурних та технічних обмеженнях, а також від обґрунтованого вибору трансформацій, що сприяють збереженню смислової наповненості та досягненню бажаної реакції глядачів.

1.5. Особливості та стратегії перекладу комедій

У межах нашого дослідження терміни «гумор» і «комедія» ми розглядаємо як взаємопов'язані поняття, що можуть бути вжиті взаємозамінно на позначення комічного ефекту висловлювання, тобто такого, який спрямовано на викликання сміху або усмішки. Отже, обидва поняття є актуальними зокрема для сфери перекладу комедії.

З огляду на проаналізовані дослідження, можемо стверджувати, що гумор є абстрактним явищем, оскільки кожна людина інтуїтивно розуміє, що є гумор. Словники окреслюють гумор як «доброзичливо-глузливе ставлення до чого-небудь, спрямоване на викриття недоліків; уміння подати, зобразити щось у комічному вигляді» або «художній прийом у творах літератури або мистецтва, заснований на зображенні чого-небудь у комічному вигляді, а також твори літератури або мистецтва, що використовують цей прийом» (СУМ-20) [6], у той час як українські фахові літературознавчі словники потрактовують гумор як «різновид комічного, відображення смішного в життєвих явищах і людських характерах» (Літературознавчий словник-довідник за редакцією Романа Гром'яка) [14, с. 173]. На противагу такому визначенню, в англійських літературознавчих словниках тлумачення слова *humor/humour* здебільшого подано у зв'язку з медичною теорією гуморизму, за якою людина належить до одного з чотирьох типів темпераменту, зважаючи на переважання в її організмі однієї з чотирьох рідин (крові, слизу, жовчі, чорної жовчі) [30]. Якщо ж намагатися ототожнити тлумачення в українськомовних і англійських джерелах, то до українського тлумачення гумору найближчим нам видається тлумачення терміна *comedy* «комедія»: «[Комедія] Пробуджує і опосередковано задовольняє людський інстинкт до пустощів. Розіграші над жертвами, котрі нічого не

підозрюють, постійно повторюються в комедії — чи то з боку інших персонажів (як-от Палестріон у «Хвальковитому воїні» Плавта), чи то через примхи вдачі (наприклад, у «Венеційських близнюках» Гольдоні), або ж обидва ці чинники разом» [62, с. 28]. Однак, як бачимо, ці тлумачення не є повністю тотожними: якщо в українських джерелах акцентовано на грайливій доброзичливості, то англійські словники пропонують вдавання до розіграшів, які можуть так чи інакше викликати відчуття тривоги чи небезпеки в «жертви».

Отже, гумор не є одноманітним, і реакція на гумор теж може бути абсолютно різною — від найменшої усмішки до вибухового тривалого сміху. До того ж, неоднорідність гумору проявляється також у тому, що існують різні способи передавання комічного (авдіально чи візуально, вербально чи невербально тощо).

Єрун Вандале зазначає фізіологічні кореляти, за якими стає зрозуміло, що подія є гумористичною: сміх, усмішка, збудженість. Він же пише: «Гумор виникає тоді, коли не дотримано правила; коли створено очікування, яке не підтвердилося; коли невідповідність вирішується в альтернативний спосіб» [72, с. 149]. Згідно з таким визначенням, гумор створює відчуття зверхності, яке може бути пом'якшене, якщо учасники комунікативної ситуації погодяться, що гумор радше є формою соціальної гри, аніж проявом відвертої агресії. Ця згода невербалізована й доволі умовна — її проявами і є фізіологічні кореляти, зазначені вище.

Окрім того, як зазначають С. Баранова та А. Трофименко, гумор є специфічно національним явищем [2, с. 63], у зв'язку з чим цілком природно очікувати на ситуації, у яких англійський та українськомовний жарти різнитимуться у забарвленості, тональності та направленості, навіть якщо тема цих двох умовних жартів збігається. Принагідно зазначимо, що навіть англійський гумор неоднаковий, що є наслідком глобального поширення англійської мови та використання її як світової лінгва франка, а також

укоріненням англійської як офіційної, державної або рідної мови більшості населення в окремих країнах за межами власне «колиски» народження англійської мови (себто, Англії). Зокрема, можемо розрізняти британський та американський гумор, проте кожна нація, котра послуговується англійською мовою в повсякденному житті та державному діловодстві, має своє специфічне сприйняття того, що є смішним; мова в такому контексті виступає лише інструментом ретрансляції.

Порівнюючи почуття гумору двох англомовних націй, британської й американської, можемо стверджувати, що британський гумор характерний стриманістю, манірністю та консерватизмом, що впливає з британських національних рис, у той час як базисом американського гумору є гіперболізація [2, с. 63]. Оскільки об'єктом дослідження є фільм «Барбі», що його створила американська режисерка Грета Гервіг, маючи насамперед американську аудиторію як цільову, вважаємо доцільним розглядати англомовний аспект гумору саме в розрізі його сприйняття на теренах Сполучених Штатів Америки.

Дослідниця Делія К'яро виокремлює вербалізований гумор (ВГ — пер. і скор. наші, англ. verbally expressed humor, VEN) і зазначає, що він стосується одного з найскладніших для перекладу типів мови через те, що він має узгоджуватися з самими принципами теорії перекладу — еквівалентністю та перекладністю/неперекладністю [40, с. 417]. Водночас вона ж зазначає, що сьгодні кінокомедії американського виробництва використовують більш витончені форми ВГ, аніж у минулому, коли жарти були засновані на більшою чи меншою мірою прямолінійному передаванні кульмінаційного моменту (punchline). Зокрема, проблематика перекладу гумору в цьому контексті полягає в тому, що перекладачеві чи перекладачці потрібно насамперед зрозуміти, чи мовець іронізує, і відповідно, чи загалом його чи її слова містять жарт.

Услід за дослідниками Норманом Феркляфом, Джеромом Брунером і Джанет Голмс, українські науковиці Тетяна Стоянова і Ксенія Черненко виокремлюють два різновиди гумору:

1. гумор солідарності (*supportive humor*), що характерний позитивною ввічливістю, згодою з іншими учасниками комунікативної ситуації (Феркляф, Брунер);

2. гумор суперництва (*competitive humor*), для якого притаманна незгода й суперечка з попередніми репліками (Голмс) [29, с. 408].

Як зазначає Є. Вандале, проблема перекладу гумору полягає насамперед у тому, що гумор розраховує на імпліцитні знання адресата, імпліцитні культурні схеми, котрі порушують задля досягнення комічного ефекту [72, с. 150]. Отже, якісний переклад гумору вимагає не лише високого знання вихідної та цільової мов, а й значної ерудованості, особливо коли йдеться про культурно-специфічний гумор, адже в такому разі перекладачеві недостатньо лише знати обидві мови, але й перебувати в контекстах культур народів, які послуговуються цими мовами. Це особливо актуально у випадках із перекладами на та з англійської мови, адже вона, як було зазначено вище, поширена по всьому світу та є офіційною, державною або мовою фактичного спілкування в багатьох країнах; відповідно, нею послуговуються представники абсолютно різних культурних середовищ, і перекладач мусить спиратися на фонові знання про походження автора вихідного тексту, щоби створити переклад, який змістовно точно відтворює оригінал.

Патрік Сабальбеаскоа у праці *Audiovisual Translation* узагальнює три основні підходи до вивчення перекладу гумору в контексті загального перекладознавства:

1. «гуморофобний» підхід, за якого дослідники не враховують гумор у перекладі; подекуди дослідження повністю позбавлені аналізу гумористичних елементів, гумор у тексті свідомо ігнорується, навіть якщо він є;

2. гумороінклюзивний підхід, коли дослідники не ігнорують гумор у тексті, проте досі не виводять його як основну рису; розуміння гумору та жартів, які має вихідний текст, є здебільшого узагальненим;

3. гумороорієнтований підхід, для якого характерним є сприйняття гумору як головного об'єкта інтересу дослідження, а в суті таких досліджень лежить спростування тверджень, поданих як загальні перекладознавчі істини, які не працюють, коли йдеться про переклад гумору [74, с. 202–203].

До перекладацьких стратегій, пов'язаних із перекладом комедійної кінопродукції, як зазначає Діана Хортюк, покликаючись на класифікацію теоретика перекладу комічного Дірка Делабастіти, зараховуємо п'ять категорій:

1. заміна комічного компонента оригіналу іншим комічним компонентом у ході перекладу;

2. повторення, тобто пряме перенесення комічного компонента оригіналу у цільовий текст;

3. опущення, тобто відсутність комічного компонента оригіналу в цільовому тексті;

4. додавання необхідної інформації за потреби — коли йдеться про специфічні культурні, лінгвістичні явища, яких у цільовій мові не існує;

5. компенсація, або перенесення комічного компонента з одного місця тексту в інше [32, с. 48].

Вочевидь, контекст специфіки дублювання, описаний вище, так чи інакше диктує перекладацькі стратегії, якими послуговуються перекладачі в ході підготовки тексту дубляжу.

Отже, переклад комедії є складним процесом, який має багаторівневу структуру та вимагає не лише володіння вихідною та цільовою мовами, а й глибокого розуміння культурних контекстів, соціальної динаміки й типології

гумору. У ході перекладу фахівець мусить обирати між збереженням гумористичного ефекту оригіналу та адаптацією реплік для нової аудиторії, нерідко вдаючись до стратегій компенсації, заміни або додавання, описаних вище. Особливої актуальності ці питання набувають у випадку дубляжу, коли час, артикуляція та тональність обмежують перекладача додатковими рамками.

Водночас особливе місце в контексті перекладу гумору посідає питання каламбурів — вербальних ігор, заснованих на таких характеристиках, як багатозначність, співзвучність, паронімія. Переклад каламбурів становить виклик для перекладача через свою культурну прив'язаність, а отже, їхній аналіз дозволяє глибше простежити, які саме стратегії обирає перекладач для відтворення комічного ефекту в новому мовному середовищі.

Ще один вимір у гумористичному дискурсі сучасності — гендерний; гумор у комедіях нерідко базується на показові гендерних стереотипів, гри з ними та руйнуванні культурних кліше, пов'язаних із тим чи інакшим гендером. З огляду на ці фактори, подальший аналіз наукових праць буде зосереджено на дослідженнях, присвячених особливостям перекладу каламбурів та інтерпретації гендерно маркованих комічних елементів у ході перекладу англомовних текстів.

1.5.1. Проблематика перекладу каламбурів в англійській та українській мовних системах

Англомовний гумор характерний каламбурами у багатьох випадках, зокрема вони є нерідкісним явищем саме в американських комедійних фільмах і серіалах. Делія К'яро зазначає, що каламбур може бути простим у створенні та сприйнятті, але складнішим на структурному рівні. На перший погляд, гра слів може здаватися поверхневою та простою, особливо якщо миттєвою реакцією на неї є вибуховий сміх або ж якщо вона сформульована як легке для розуміння висловлювання. Каламбур може бути радше дотепним, аніж смішним [40, с. 415] — отже, комунікативна значущість каламбуру полягає не лише в емоційній реакції адресата, але й у вербальній вправності адресанта. Гра слів, притаманна

каламбурам, зазвичай побудована на багатозначності та співзвучності слів, і тому вимагає від мовця тонкого володіння мовною системою, у межах якої він оперує для створення каламбуру, а від слухача — здатності розпізнати смислову двозначність, навіть якщо вона є неочевидною.

Д. К'яро проводить паралель між поезією та гумором, стверджуючи, що обидві літературні форми тією чи іншою мірою порушують мовні норми: порядок слів (значно більш сталий в англійській мові, ніж в українській) відрізнятиметься від конвенційних формул, лексеми матимуть нові, незвичні відтінки значень, а сам текст може мати повтори на фонетичному, лексичному, синтаксичному та поняттєвому рівнях [40, с. 417–418]. Отже, зважаючи на напрацювання й аргументацію науковиці, можемо зробити висновок, що поезія та каламбури залучають однакові ресурси (ритм, риму, фонетичну подібність, асоціативність) для досягнення бажаного ефекту.

Особливо вартою уваги є проблематика еквівалентності в перекладі вербального гумору. Саме в текстах гумористичного характеру відбуваються найрадикальніші зміни, адже вони, як правило, спираються на властивості конкретної мови [40, с. 421]. Попри відносну легкість створення каламбурів в одній мовній системі, структурно такі каламбури обмежені цією ж мовною системою, що передбачає складність як у кодуванні, так і в декодуванні каламбурів, особливо спираючись на міжмовний контекст перекладного тексту.

Відсутність можливості створити абсолютно ідентичний оригіналові переклад, особливо що стосується гумору та каламбурів зокрема, певною мірою полегшує роботу перекладачів, адже їм не потрібно підшукувати каламбур цільовою мовою для заміни вихідного каламбуру (як-от у прикладі, зазначеному вище, де перекладач удається до компенсації замість намагання створити ідентичну гру слів за фонетичним критерієм), проте, водночас, не менш складним є завдання допомогти аудиторії розібратися в культурних концепціях, на яких часто заснована іронія, і зазвичай це завдання виявляється проігнороване.

Є. Вандале стверджує, що гумор часто розглядають як парадигмальний випадок неперекладності та що відносна або абсолютна неперекладність зазвичай пов'язана з культурними та мовними аспектами [72, с. 149]. Своєю чергою, Ролан Діо знову ототожнює переклад гумору та поезії; за його тезою, переклад гумору — справа «настільки ж відчайдушна, як і переклад поезії» [46, с. 84], що знову підтверджує тезу про те, що переклад гумору вимагає від перекладача не лише знання вихідної та цільової мов і культур, але й уміння вдаватися до творчості задля досягнення найоптимальнішого результату.

Отже, переклад гумору як різновиду вербалізованого гумору є надзвичайно складним завданням, котре вимагає не лише високої мовної компетентності, але й глибокого знання культурних контекстів вихідного та цільового середовищ, а також спроможності до творчої адаптації. Оскільки каламбури вкорінені в конкретну мовну систему, неможливо відтворити оригінальний зміст за допомогою буквального перекладу, що обмежує використання стратегії повторення (за Хортюк і Делабастіта), а отже, переклад каламбурів — це баланс між збереженням змісту, культурною адаптацією, та відповідністю жанровим очікуванням цільової аудиторії. Теоретичні напрацювання підтверджують, що переклад каламбурів тяжіє до поетичного перекладу за складністю, а тому потребує від перекладача художнього мислення, вміння імпровізувати і бути співтворцем тексту, а не лише його посередником.

1.5.2. Гендерний аспект у перекладі комедій

Гендерні стереотипи досі лишаються рушійною силою західної (зокрема американської) попкультури, особливо що стосується комедійного дискурсу. У комедіях вони виконують подвійну роль: з одного боку, це відображення поведінкових норм, прийнятних у соціумі, але водночас і рушійний механізм, який їх підсилює. Своєю чергою, ці два фактори утворюють складні зв'язки між гумором і гендерною репрезентацією.

Історія гендерної репрезентації в кінематографі яскраво демонструє стереотипізацію певних образів від початку кіно — уже в ранню епоху розвитку цього виду мистецтва було встановлено певні стереотипи щодо жіночих образів, як-от чорнява та зваблива *femme fatale* (або жінка-вампи) та білява й чиста незайманиця, що вперше виникли вже в епоху німого кіно [43, с. 97]. Така бінарна репрезентація фактично встановила певні обмеження для акторок, які подекуди не викорінилися і дотепер.

Упродовж 1930-х–1950-х рр. основні ролі, відведені чоловікам і жінкам, втілювали домашні ідеали, характерні для того часу: кліше чоловіка-трудівника, котрий працює на подвір'ї, та дружини-домогосподарки, що вона доглядає за дітьми та проводить день здебільшого всередині [43, с. 96]. Навіть із трансформацією суспільних норм репрезентація жінок лишилася проблемною: сексуальна революція 60-х–70-х рр. ХХ ст. зробила суспільство більш толерантним до питань сексуальної волі, проте негативним аспектом цього стала надмірна об'єктивізація жіночого тіла як у комерційному плані (наприклад, реклама спідньої білизни), так і в кінематографі [43, с. 96].

Жінки стали набувати більш центральних позицій у кінематографі у 1980-х рр., хоча стереотипізація залишилася й існує дотепер — «кіно досі показує стереотипне зображення жінок», попри більші повноваження, які мають жінки в кіноіндустрії, та тяжіння до альтернативних способів побудови оповіді [43, с. 100].

У комедійній кінопродукції США гендерні стереотипи існують як виразний інструмент комічного. Зокрема, що стосується ролі жінок у ситуаційних комедіях, то поширеними є стереотипні образи «хорошої дружини», який репрезентує «американське материнство», за якого жінка мусить поєднувати виховання дітей і підтримання родинного добробуту з кар'єрою; стереотип «поганої жінки», що ним типово характеризують персонажок, яким «байдуже на хатні справи чи сімейне життя»; образ «жертви», поведінкою та рішеннями якої

керує пережитий травматичний досвід; «мужня жінка», що вона має маскулінні риси поведінки та зовнішнього вигляду, як-от Сі Сі Бебкок із серіалу «Няня» (англ. *The Nanny*, 1993–1999); стереотип «феміністки», що нерідко зводить боротьбу за рівність до фізичних ознак, а безвідповідальну особистість — до ролі «королеви домашнього господарства»; стереотип «лесбійки», що проявляється в дихотомії андрогінної та маскулінної буч і жіночної фем, що в контексті ситуаційних комедій часто приховує власну сексуальність [58, с. 280]. Так чи інакше, можемо спостерігати, що більшість цих стереотипів тією чи іншою мірою пов'язані з домашніми обов'язками та родинним життям, що підтверджує тезу про існування стереотипізації навіть в умовах сьогодення. У постфеміністському контексті жіночі ролі в телевізійних комедіях і досі зводяться до моделі жінки, що працює та виконує хатні справи або жінки, що не має роботи поза домом взагалі [58, с. 280].

Для образів жінок і чоловіків в американському комедійному дискурсі можна виокремити конкретні характерні риси. Зокрема, задля комедійного ефекту жінки часто наділені такими рисами, як емоційна ірраціональність (себто, їхні емоції виразно перебільшені, що й робить певні ситуації смішними), матеріалізм (представлені, як зацікавлені лише грошима), пліткарство (неспроможність «тримати язика за зубами», надмірне втручання в особисті справи інших), одержимість домашніми справами, одержимість власним зовнішнім виглядом [35, с. 120, 122; 58, с. 279–280; 43, с. 104; 61, с. 20]. Такі стереотипні моделі поведінки часто лягають у суть жартів у комедійних серіалах, що зміцнює стереотипне уявлення про притаманність таких ознак жінкам.

Проте чоловіки теж не звільнені від стереотипізації в комедіях, хоча функційно ці образи значно відрізняються. Чоловічий образ може бути зображений як холодний і емоційно недоступний, неспроможний вербалізувати свої емоції (ба навіть проявити їх невербально), психологічно відсутній, некомпетентний, особливо коли йдеться про хатні справи; чоловік може бути

зображений або як сексуально одержимий маніяк, або як трудівник, який лише думає про роботу, ігноруючи родину [61, с. 20; 43, с. 96]. Така стереотипізація зображає чоловіків як домінатних у професійному контексті, проте малокомпетентних у побутових ситуаціях, або ж як емоційно незрілих, керованих переважно інстинктивними бажаннями.

Отже, гендерні стереотипи лишаються закладеними в західному (зокрема американському) медіапросторі, особливо в дискурсі, що стосується гумору та комедії. Від раннього кінематографу до сучасних ситуаційних комедій, ми досі можемо спостерігати стереотипну репрезентацію як жінок, так і чоловіків, хоча ця репрезентація й змінилася з плином часу й еволюцією суспільних поглядів.

З огляду на це можемо стверджувати, що зв'язок комедії з гендерними стереотипами складний — хоча гумор і покладається на стереотипи задля легкого провокування сміху, він також може бути інструментом їхнього переосмислення. Спадщина спрощених стереотипів продовжує впливати на подання гендеру в американській комедії, проте ми спостерігаємо зрушення в напрямку більш нюансованого зображення жіночих і чоловічих ролей.

1.6. Дослідження мультимодальності в аудіовізуальному перекладі

Аудіовізуальний переклад не обмежений лише текстом; рівноцінно важливу роль у перекладеному фільмі, як і в стрічці вихідною мовою, відіграють невербальні компоненти (інтонація, жести, міміка персонажів, проксемика, візуальні елементи, музичний супровід), правильна чи неправильна інтерпретація та адаптація яких може вплинути на успішне сприйняття кінопродукту тієї чи іншою аудиторією. Це зумовлює важливість розгляду мультимодальності та мультимодального дискурсу як одного з основоположних чинників вдалої інтерпретації мультимедійного тексту.

Поняття мультимодальності є міждисциплінарним — воно бере початки та широко використовуване в лінгвістиці, філософії, медіазнавстві, соціальній

психології тощо [7, с. 200, 204; 1, с. 4]. Як зазначають Гюнтер Кресс і Тео ван Лівен, яких вважають основоположниками мультимодалістики [12, с. 141], мономодальність, яка довгий час превалювала у західному культурному дискурсі, змушує кожну наукову чи мистецьку дисципліну визначати свої методи та припущення, виробляти свої технічні словники, проте, внаслідок своєї мономодальної природи, кожна така дисципліна має і свої сліпі зони [55, с. 1], чим і вмотивовано перехід від моно- до мультимодальності.

Отже, з огляду на це, робимо висновок, що модальність у цьому контексті вказує на приналежність до певної сенсорної системи, а під мультимодальним дискурсом розуміють поняття, що вказує на конструювання значення за допомогою власне комбінації різних видів комунікації, себто, не суто вербалізації якоїсь ідеї, але й залучення компонентів звуку, зображення, жестикуляції, просодії, проксеміки [12, с. 151]. Відповідно, мультимодальний підхід до аналізу комунікації відкидає концепт мономодальності, стверджуючи, що в будь-якому разі так чи інакше будуть задіяні сенсорні канали (зорові, звукові, графічні, літературні, мультимедіальні) [7, с. 205]. Співпрацюючи один із одним, вони створюють повідомлення, яке є реалістичним, переконливим і яке легко запам'ятати.

У цьому контексті вартою уваги також є концепція трьох семантичних метафункцій мови, сформульована Майклом Галідеєм та підтримана Гюнтером Крессом. Він описує семіотичну структуру умовної ситуації крізь ознаки сфери (field), статусу та ролей учасників (tenor) і способу подання інформації (mode); відповідно, мова має концептуальну (ideational, тобто «ідейну»), комунікативну (interpersonal, «міжособистісну») та текстуальну метафункції. Концептуальна функція виникає внаслідок взаємодії між текстом і реальним світом, комунікативна — у соціальних міжособистісних відносинах, а текстуальна існує поза текстом та визначає внутрішню когезію дискурсу, а разом вони всі екстраполюються на невербальні виразники мови [51, с. 116–117; 1, с. 4]. Така

тривимірна модель надає можливість виконувати комплексний аналіз вербальних і невербальних ознак комунікації в певній ситуації. Вона ж дозволяє простежити зв'язок між ситуацією (контекстом), мовною системою та текстом, що виникає внаслідок дискурсу.

Переважання чи взагалі наявність того чи іншого «режиму» (сенсорного каналу) в ході мультимодальної комунікації визначається зокрема спільнотою та контекстом, у яких ця комунікація розгортається [7, с. 204]. Таким контекстом може бути, наприклад, формат повідомлення; наприклад, якщо це відео на відеохостингу YouTube, то вираженими ознаки мультимодальності тут можуть бути графічність (обкладинка відео, яку також можуть називати «тамбнейл», від англ. thumbnail «мініатюра»), текстова репрезентація (субтитрування, що передає текст мовця), звукова репрезентація (музичний супровід, який доповнює відеоряд), і, власне, відеографічність (її репрезентує сам відеоряд) [7, с. 206–207]. Отже, мультимодальна комунікація — гнучкий і динамічний процес. Комбінація засобів вираження змісту за мультимодальності залежить від умов сприйняття та типових практик, притаманних певному середовищу, при чому різні форми подання інформації взаємодіють між собою та створюють когерентну й переконливу комплексну структуру, що вона забезпечує ефективне передавання змісту в межах того чи іншого комунікативного контексту.

У контексті цього важливо наголосити на ролі перекладача не лише як посередника, але і як творця певного дискурсивного концепту. Якщо йдеться про адаптований продукт, саме на перекладачеві лежить відповідальність за забезпечення когерентності та збереження комунікативної цілісності кінцевого аудіовізуального продукту в умовах міжкультурної адаптації. Так, вкотре підтверджується теза, що переклад аудіовізуального тексту вимагає не лише власне перекладу тексту чи певних компетенцій в обох мовних системах, але й спроможності усвідомлено визначити способи мультимодальної взаємодії в мультимедійному продукті, уміння передати вербалізоване — явне, відкрите —

та невербалізоване, яке може бути імпліцитним, прихованим, враховуючи побажання та потенційну реакцію цільової аудиторії перекладеного продукту. Отже, робота перекладача — створити функційно еквівалентний варіант вихідного тексту.

Висновки до розділу 1

У ході дослідження наукової фахової літератури було проаналізовано феномен аудіовізуального перекладу (АВП) як повноцінного модусу міжмовної та міжкультурної комунікації, що його формують лінгвістичні, технічні та соціокультурні чинники. Дослідження його історичного розвитку від початку кінематографу та перших спроб субтитрування до виникнення дублювання та, зрештою, АВП в контексті сьогодення показало, що практики аудіовізуального перекладу тісно пов'язані з еволюцією власне кінематографу, а також із ширшими зсувами, що стосуються способів розповсюдження медіаконтенту, культурно та мовно специфічних очікувань певної аудиторії, а також мовних політик окремих країн.

Зокрема увагу приділено дублюванню, яке, як показав аналіз, функціонує не лише як технічна заміна усної чужої мови, але й може змінюватися в результаті культурної адаптації та локалізації кінопродукту. Аналіз практик дубляжу в контексті світу й України зокрема демонструє, що АВП може бути використано з ідеологічною, естетичною або суто комунікативною метою, або ж поєднанням кількох із них. На теренах України дублювання відіграло й продовжує відігравати значну роль у посиленні медіа-ландшафту державною мовою та подальшому утвердженню української культурної автономії, особливо зважаючи на радянське зросійщене минуле України.

Крім того, у цьому розділі ми виокремили основні технічні та перекладацькі проблеми, пов'язані з дублюванням, як-от ліпсинк і адаптація культурно специфічного гумору, зважаючи на те, що буквальне відтворення гумору в окремих випадках (наприклад, із каламбурами, фразеологізмами й іншими мовно або культурно маркованими одиницями) може нівелювати комедійний ефект оригіналу. Так, подальше дослідження наукових праць було зосереджене на аналізові стратегій, пов'язаних із перекладом комедій.

Ці питання підкреслюють комплексність АВП та обумовлюють актуальність подальших досліджень у питання творчих стратегій, які перекладачі можуть залучати задля збереження комунікативного ефекту та стилістичної єдності вихідного аудіовізуального тексту.

Розділ 1 нашої роботи подав теоретичний та історичний базис для розуміння дублювання як культурно специфічного виду аудіовізуального перекладу, що, на відміну від традиційних текстів, має технічні вимоги та творчого вкладу перекладача, що надає вичерпну інформацію для подальшого аналізу об'єкту нашого дослідження.

ОСОБЛИВОСТІ АВДІОВІЗУАЛЬНОГО ПЕРЕКЛАДУ КОМЕДІЙНОГО ФІЛЬМУ «БАРБІ»

Дослідження наукової літератури з теми дубляжу та перекладу комічного, що його було проведено в першому розділі роботи, дозволяє вичерпно проаналізувати засоби та способи відтворення гумору у фільмі «Барбі». З огляду на нашарування різних форм гумору, пародії та культурної інтертекстуальності, а також різних видів адаптації вихідного тексту українською мовою (дублювання, субтитрування), аналіз об'єкту дослідження сприяє визначенню способів творення, перекладу та сприйняття гумору.

До корпусу ілюстративних матеріалів дослідження ввійшли 323 лінгвістичні одиниці англійською й українською мовами (157 одиниць англійською мовою, 157 відповідних одиниць українською мовою та 9 одиниць, що не мають пари), до яких ми зараховуємо лексеми, фраземи, висловлювання, фрагменти діалогів. Окрім того, у контексті дослідження нас цікавить поєднання вербального та невербального в аспекті перекладу; з огляду на це, невербальні компоненти також виокремлено як одиниці аналізу, якщо йдеться про мультимодальний прояв гумору. У цьому розділі основну увагу зосереджено на тих лінгвістичних одиницях у вихідному та цільовому варіантах фільму, які створюють комічний ефект, а також на перекладацьких стратегіях, притаманних українському перекладові фільму, які безпосередньо впливають на сприйняття комічного в контексті іншомовної аудиторії. Зокрема виокремлено перекладацькі трансформації, а також компромісні та невдалі елементи, гру слів, культурні

референції та стилістичні зміни, які є визначальними для створення комедії у фільмі та впливу на реакцію аудиторії.

З огляду на проаналізовану наукову літературу з теорії дубляжу та субтитрування, для аналізу фільму «Барбі» ми виокремили таку класифікацію:

1. типологія гумору у фільмі та її відтворення в перекладі: специфічність гумору (ситуативний універсальний, ситуативний культурно-обумовлений (специфічний), мовний універсальний, мовно-специфічний); наявність мовної гри (каламбури, алюзії, ідіоми); гендерна іронія; пародіювання, метагумор, референтний (у тому числі автореферентний) гумор;

2. рівні культурної адаптації: культурна адаптація (насамперед у зв'язку з адаптацією чи її відсутністю власних назв); локалізація; заміна культурних реалій;

3. засоби вираження мультимодального гумору: поєднання вербалізованого та невербалізованого гумору; авдіальний гумор;

4. роль субтитрування як окремого виду авдіовізуального перекладу та його застосування в контексті перекладу стрічки;

5. невдалі, спірні, компромісні перекладацькі рішення: зміщення перлокутивного ефекту та зміна модальності; перекладацькі компроміси, омісії й упущення в перекладі.

Принагідно зазначимо, що одна й та сама мовна одиниця може фігурувати більш як в одній категорії як наслідок мультимодального характеру її демонстрації й інтерпретації, проте значну увагу приділено саме тій категорії (категоріям), яка в цій мовній одиниці виражена найбільшою мірою.

Оскільки стрічка «Барбі» багата на референції як щодо популярної культури, так і щодо власне історії ляльки Барбі як бренду, що зумовлює виокремлення референтності як окремої категорії нашого аналізу, доречним

вважаємо спершу зосередитися на інформації про фільм, а також історичному контексті, пов'язаному з розвитком «Барбі» як бренду. Маючи весь необхідний кінематографічний, історичний і культурний контексти, ми матимемо змогу перейти до власне аналізу комічного у стрічці, звертаючи увагу на способи побудови комічного в розрізі культурного коду, на який вона спирається.

2.1. Загальні та технічні відомості про об'єкт дослідження та соціокультурний контекст

Комедійний художній фільм «Барбі», вийшов на екрани 2023 р. Прем'єрний показ відбувся 9 липня 2023 р. в Лос-Анджелесі, а вже 20 липня 2023 р. стрічку вперше показали в українських кінотеатрах. Режисеркою фільму виступила американська акторка, сценаристка та режисерка Грета Гервіг, а сценарій написала вона ж у кооперації з американським сценаристом Ноєм Баумбеком. Український дубляж фільму виконано на студії «Постмодерн Продакшн» на замовлення компанії «Кіноманія», а переклад виконала Олеся Запісочна [3]. У контексті українського дубляжу цієї стрічки важливою є постать Катерини Брайковської, яка водночас обіймає посаду режисерки дубляжу й озвучує головну героїню, Барбі. Кена, девтерагоніста фільму, в українській версії озвучує актор Іван Розін [3].

Загальна тривалість фільму складає 104 хвилини (01:54:02), проте наш аналіз фільму охоплює лише змістовні елементи, що є безпосередньо частиною сюжету стрічки, без урахування початкових і кінцевих титрів, а отже, хронометраж аналізованого матеріалу склав 96 хвилин (01:46:19).

2.1.1. Виклад основного сюжету фільму

Насамперед варто зазначити, що головною героїнею фільму є «Стереотипна Барбі», роль якої виконує австралійська акторка Марго Роббі. «Стереотипною» її називають другорядні персонажі, зокрема ті, що живуть у Барбі Ленді, а також сама головна героїня — таке найменування подано на

протипагу до номінацій, які мають інші ляльки («Барбі-президентка», «Барбі — Нобелівська лавреатка» тощо).

Стрічка має єдиний основний сюжет: після чергового ідеального дня «Стереотипна Барбі» починає ставати дедалі «людянішою», що зумовлює необхідність подорожувати з Барбі Ленду (вигаданого всесвіту, населеного ляльками, у якому всім керують жінки) до Реального Світу та «повернути все на свої місця». У Реальному Світі Барбі має знайти дівчинку, яка з нею грається (інша персонажка фільму каже головній героїні: «Нами всіма хтось грається»), й усвідомити, чому її ідеальний світ почав руйнуватися. У ході своєї подорожі Барбі віч-на-віч стикається з людськими емоціями, дискримінацією, складнощами дорослішання.

Кен (у виконанні канадського актора Раяна Гослінга), який супроводжує Барбі в цій подорожі, відкриває для себе патріархат у Реальному Світі. Повернувшись до Барбі Ленду, він намагається встановити власний режим у вигаданому всесвіті.

Кульмінаційним моментом фільму стає усвідомлення унікальності Барбі й остаточне рішення, яке вона робить — покинути ідеальне, але монотонне лялькове життя та стати живою, справжньою, автентичною людиною.

2.1.2. Історія «Барбі»-бренду

Що ж стосується історичного контексту, то для пояснення конкретних комічних моментів у фільмі важливі лише деякі факти з довгої історії бренду «Барбі».

Насамперед значущим є той факт, що ляльку винайшла американська підприємця Рут Гендлер, проте Барбі не була оригінальним творінням; на створення цієї персонажки Гендлер надихнула Lilli (яку в літературі з історії бренду «Барбі» також часто називають Bild-Lilli) — лялька, створена за мотивами однойменної персонажки німецького коміксу початку 1950-х рр. Попри певні

відмінності, як-от пом'якшені риси обличчя, «різниця між Ліллі та її сестрою була ледве помітна всім, окрім творчині нової ляльки» [56, с. 19–20; 50, с. 13]. Попри це, компанія Mattel і сама Рут Гендлер довгий час заперечували зв'язок між Барбі та Ліллі, зокрема через конфлікти пов'язані з порушеннями авторських та патентних прав [56, с. 63; 50, с. 137–138].

Ляльку Барбі було вперше представлено під назвою *Barbie Teenage Fashion Model* на виставці *Toy Fair* 1959 р. — вона була вбрана у свій перший наряд, купальник із чорно-білими смужками [50, с. 17]. Зважаючи на домінування ляльок-немовлят на тогочасному ринку іграшок та повну відсутність ляльок, зображених як дорослих жінок (за винятком паперових ляльок), поява Барбі — дорослої, стильної та тривимірної — стала новаторською та здобула неабиякий комерційний успіх [50, с. 5–6].

Із тих пір Рут Гендлер та компанія Mattel, яку вона заснувала разом зі своїм чоловіком, продовжувала роботу над лялькою. Упродовж 1960-х рр. з'явилася ціла низка нових персонажів у всесвіті Барбі: партнер головної героїні Кен, подруга Мідж, друг Кена на ім'я Аллан, а також Скіппер — молодша сестра Барбі [50, с. 132].

Лялька Барбі отримала свій перший будинок 1963 р., названий «Будиночок мрії Барбі» (на той час рекламований як *Barbie's Dream House*, хоча в сучасному контексті «будиночок мрії» в англomовному дискурсі позначають єдиним словом, *Dreamhouse*), — «скромне, але добре облаштоване помешкання, ідеальне для незаміжньої дівчини» [56, с. 58]. Цікавим є той факт, що це перше помешкання ляльки не було повністю рожевим, як аудиторії звично бачити естетику Барбі сьогодні: фасад будиночка був блакитний, інтер'єр не був перевантажений рожевим, а мав здебільшого палітру з основних кольорів, на відміну від домінування рожевого в будиночках Барбі сьогодення [50, с. 85].

Наприкінці 1960-х рр., у 1968 р., світ побачив першу темношкіру ляльку у всесвіті Барбі, яку назвали Крісті [56, с. 152], а 1981 р. характерний виходом

ляльки під назвою *Oriental Barbie* — хоч вона й не була конкретною персонажкою, як попередні, її важливість полягає в тому, що це перша лялька-азіатка у світі Барбі [73]. У кінці 1980-х рр. було створено першу ляльку Барбі — латиноамериканку, що вона отримала ім'я Тереза [36, с. 52].

Довгий час Барбі була хоч і не єдиною, проте найпопулярнішою лялькою на ринку іграшок серед своєї ніші (ляльки, створені в подібні дівчат або дорослих жінок, на противагу до ляльок-немовлят), але на початку нового тисячоліття її популярність стала падати через низку чинників, одним із яких був новий ляльковий бренд — «Братц» (*Bratz*).

Юридична суперечка між *Mattel*, творцями ляльки «Барбі», та *MGA Entertainment*, які створили ляльок «Братц», є одним із найвизначніших процесів щодо права інтелектуальної власності в індустрії іграшок судових. Після з'яви ляльок «Братц» на ринку у 2001 р. *Mattel*, невдоволені раптовим успіхом конкурентів, вирішили діяти крізь юридичні канали. Перші судові засідання розпочалися 2004 р., а в серпні 2008 р. суд визнав правомірним претензії *Mattel* на права на бренд «Братц», проте в січні 2011 р. вердикт було скасовано зі словами: «Америка розвивається завдяки конкуренції. Барбі, справжня американська дівчина, має це розуміти» [67].

Юридичний конфлікт між двома компаніями став маркером зсуву культурних смаків, корпоративного суперництва, і викликів інновацій на конкурентному ринку. Виникнення нового лялькового бренду поставило під сумнів домінування «Барбі»; окрім того, справа наголосила на важливості інновацій і конкуренції на ринку та відбилася на обох лялькових брендах.

Попри це, навіть без урахування судових баталій *Mattel* із іншими компаніями, бренд «Барбі» мав чимало скандальних ситуацій, безпосередньо пов'язаних зі своїм ляльковим брендом. У стрічці згадки про реальні релізи, які спричинили обурення, скандали чи зняття ляльок із продажів, слугують не лише коротким історичним екскурсом, а й джерелом комічного, відповідно, вони

потребують уваги до перекладу, щоби зберегти культурно-історичний контекст. Отже, доречним є також розглянути конкретні випуски таких ляльок.

Окрім загальної критики бренду як «антифеміністичного», існують конкретні випадки, коли ляльки спричиняли суспільний резонанс. Першим таким випуском була лялька *Growing Up Skipper* (з англ. «Дорослішання Скіппер» — пер. наш) 1975 р., що мала на меті навчання дівчат про статеве дозрівання. Механізм ляльки мав показувати перевтілення молодшої сестри Барбі з дівчинки на підлітка, але викликав суспільне обурення та подальше зняття іграшки з виробництва: якщо повернути руку ляльки, вона ставала вищою, а її груди збільшувалися в розмірі [56, с. 23]. Іншим контроверсійним випуском став *Earring Magic Ken* (з англ. «Кен Чарівна сережка»), якого дослідники бренду описують цю версію Кена як «надмірне старання Mattel відмовитися від гетеросексуальної маскулінності» [56, с. 23]. Зовнішній вигляд ляльки спричинив хвилю припущень щодо сексуальності персонажа, що й стало причиною зняття цієї ляльки з виробництва.

Середина 2000-х–початок 2010-х рр. приніс бренду ще більше скандальних ляльок: спершу був набір із Барбі та псом Таннером, що він вийшов 2006 р., та вже наступного року його зняли з виробництва та продажу через небезпеку для здоров'я та життя: магнітик усередині совка, який ішов у наборі разом із Барбі та псом, був погано зафіксований і міг відпасти, що спричиняло ризики вдихання та подальшого удушення [59]. Кілька років потому, 2009 р., Mattel анонсувала лімітовану серію ляльок, серед яких був так званий *Sugar's Daddy Ken*; лялька мала в наборі пса на ім'я Шугар (англ. Sugar), звідки й пішла назва самої ляльки, проте внаслідок асоціацій із словосполученням *sugar daddy*, що означає заможного чоловіка, який матеріально підтримує значно молодшого партнера чи молодшу партнерку в обмін на романтичні та/або сексуальні стосунки, випуск ляльки було скасовано [66]. 2010 р. Mattel випустили ляльку *Barbie Video Girl* (з англ. «Барбі-Відеодівчина»), названу «одним із найбільш пам'ятних упущень

Mattel». Вона мала вбудовану відеокамеру, за допомогою якої можна було записувати відео тривалістю до 30 хвилин [64]. Невдовзі після виходу самої ляльки нею зацікавилася Федеральне бюро розслідувань США — в опублікованому звіті воно застерігало про ризики використання ляльки для запису дитячої порнографії [47]. Відсутність підтверджених випадків фігурування іграшки в кримінальних провадженнях не завадила медіа створити інформаційний бум щодо Барбі та її проблем із законом [64].

Підсумовуючи, можемо стверджувати, що бренд «Барбі», попри свою закоріненість у попкультурі, нерідко опинявся в контроверсійних ситуаціях. Окрім юридичних процесів, як-от баталії Mattel проти MGA Entertainment, лялька «Барбі» постійно переживала критику за пропагування нереалістичних стандартів краси та жіночності, а окремі випуски стали причиною суспільного обурення, критики зі сторони ЗМІ та зняття продукції з продажу. Ці ситуації висвітлюють постійні зусилля бренду врівноважити інновації, соціальні норми та комерційні інтереси в мінливому культурному середовищі.

2.2. Типологія гумору у фільмі та її відтворення в перекладі

У цьому підрозділі увагу приділено типології гумору в стрічці та особливостям відтворення комічних елементів в українському перекладі фільму. Особливу увагу приділено категоріям культурної та ситуативної специфічності гумору, наявності мовної гри, до якої входять каламбури, алюзії, ідіоми, гендерної іронії, пародіювання та метагумору, а також попкультурним алюзіям і референціям. Класифікація, описана в цьому підрозділі, є найбільшою серед усіх виокремлених у нашому дослідженні та спрямована на охоплення всіх рівнів вербального вираження комічного у фільмі «Барбі».

2.2.1. Культурна та ситуативна специфічність гумору

Ця категорія, яка в нашому аналізі є найширшою, налічує 81 мовну одиницю вихідною мовою та її відповідники цільовою мовою.

Як і було зазначено раніше, ми класифікували виразники гумору за чотирма підкатегоріями на ситуативний універсальний, ситуативний специфічний (культурно-обумовлений), мовний універсальний і мовно-специфічний види гумору.

Так, найбільше мовних одиниць серед цих чотирьох підкатегорій має ситуативний універсальний гумор — із загальної вибірки з 81 одиниць 36 ми виокремили як приклади ситуативного універсального гумору. Універсальність гумору проявляється значною мірою крізь підрип очікувань, які здебільшого збігаються в різних лінгвокультурах, незалежно від цільової аудиторії того чи іншого варіанту мультимедійного тексту. Виразним прикладом цього є момент фільму, у якому в пісні співається (тут і далі цитати подано паралельно українською й англійською мовами):

Якби це було справжнє дзеркало, ти б побачила
бездоганну посмішку.

If that was really a mirror, you'd see a perfect smile (1,
00:04:53)

Саме перебільшена штучність ситуації та пряме вказання на неї у вислові викликають реакцію в аудиторій, які дивляться фільм як англійською, так і українською мовами. Це — іронізація, побудована на контрасті між очікуваним і фактичним.

Інший приклад:

Я нічого не планувала. Звичайна грандіозна гулянка з
Барбі, танцювальною постановкою і саундтреком. Тож
забігай.

I don't have anything big planned, just a giant blow-out
party with all the Barbies, with planned choreography and a
bespoke song. But you can stop by, sure (1, 00:11:01)

У ньому універсальний ситуативний гумор проявляється крізь гіперболізоване буденне відтворення «грандіозної гулянки з Барбі, танцювальної постановкою і саундтреком». Знову ж, у структурі жарту лежить контраст, який легко зчитати представникам різних лінгвокультур незалежно від фонових знань. Аналогічний прийом використано у фразі однієї з ляльок, де ідея вічної самопожертви Дивної Барбі подана водночас і надмірно драматизованою, і абсолютно буденною:

Відтоді вона навечно приречена робити інших Барбі ідеальними, натомість приносячи себе в жертву їхній красі. Тому ми називаємо її Дивною Барбі позаочі і в обличчя теж.

And now she's fated to an eternity of making other Barbies perfect while falling more and more into disrepair herself. That, and we all call her Weird Barbie both behind her back and also to her face (1, 00:19:06).

До універсального ситуативного гумору ми зараховуємо також і сатиричні й іронічні коментарі, як-от наступні приклади:

Дівчатка, які гралися ними, могли уявляти себе лише матерями. Що теж було весело... до певного моменту, авжеж. У мами запитайте.

The girls who played with them could only ever play at being mothers. Which can be fun, at least for a while anyway... Ask your mother (1, 00:01:27).

Зазначимо, що руйнування четвертої стіни та безпосереднє звертання до глядачів тут — характерна риса фільму, особливо це проявляється в ремарках оповідачки (в оригіналі цю роль озвучує британська акторка Гелен Міррен). Оповідачка, яка не з'являється на екрані в жоден момент фільму, відіграє роль

посередниці між персонажами та глядачами, додаючи сатиричного забарвлення до окремих сцен фільму.

Інші приклади демонструють універсальний ситуативний гумор, побудований на загальній концепціях психічного перенавантаження, що спричинене дискомфортом середовищем або екзистенційними думками:

Якщо я сяду на ще один шкіряний диван, це точно мене доб'є!

I cannot sit on one more leather couch. It's gonna break my spirit (1, 01:09:08)

А це Барбі Барбі, звісно. Вона не мертва. У неї просто екзистенційна криза.

And that's Barbie Barbie, of course. She's not dead, she's just having an existential crisis (1, 01:12:49)

Або ж концепція гумору, заснована на несподіваних і ситуативних зв'язках:

Якщо чесно, коли я дізнався, що патріархат — це не про коней, я втратив інтерес до нього.

To be honest, when I found out that patriarchy wasn't about horses, I lost interest anyway (1, 01:33:42)

Окремої уваги заслуговує ситуативний універсальний гумор, виражений крізь діалоги між персонажами фільму. Наприклад, діалог Барбі та літньої жінки на автобусній зупинці викликає реакцію сміху в різних лінгвокультурних аудиторій завдяки порушенню усталених соціальних сценаріїв і очікувань:

Барбі: Ви вродлива.

Літня Жінка: Я знаю.

Barbie: You're so beautiful.

Elderly Woman: I know it (1, 00:33:45).

Замість очікуваного зняковілого «дякую», Барбі отримує у відповідь підтвердження її ж твердження — це є типовим прийомом гумору солідарності за Н. Ферклафом і Дж. Брунером, що характерний позитивною ввічливістю та згодою зі співрозмовником.

У повністю протилежній ситуації, нетипова реакція Дивної Барбі теж викликає відповідну реакцію в аудиторії:

Барбі: Я як ти зараз. Огидна і небажана.

Дивна Барбі: Дяки.

Barbie: I'm like you now. Ugly and unwanted.

Weird Barbie: Thanks (1, 01:08:05).

Ця парадоксальна ввічливість у відповідь на образу теж певною мірою можна класифікувати як приклад гумору солідарності, оскільки Дивна Барбі не вступає в конфронтацію з Барбі.

Іншим прикладом є метадіалог між оповідачкою та співачкою Lizzo, що вона виконує пісню Pink, яка звучить на початку фільму:

Оповідачка: Ви використовуєте уяву.

Lizzo: Гей, я досі співаю!

Narrator: You use your imagination.

Lizzo: Hey, I was still singing! (1, 00:06:05)

Як і в попередньому прикладові з руйнуванням четвертої стіни, тут гумористичний ефект полягає в порушенні «невидимості» позакадрового голосу оповідачки, що її очікують глядачі. Такий прояв комічного є універсальним, оскільки досвід, до якого апелює цей уривок, є вселюдським (незалежним від лінгвокультурного контексту).

Ситуативна універсальність гумору проявляється також у діалозі, де подібні фрази повторюються декілька разів. Так, повторення висловлювань «Привіт, Барбі!» і «Привіт, Кене!» (англійською мовою відповідно «Hi, Barbie!» та «Hi, Ken!») (1, 00:08:13) створює комічний ефект крізь абсурдне нагромадження одноманітних звертань у комунікації між персонажами — в одній сцені ці дві фрази використано в сумі 26 разів. У побудові такої форми комічного лежить універсальний принцип повторення одного й того самого висловлювання з новими учасниками комунікативної ситуації, тому його легко сприйняти різномовним аудиторіям.

За тією самою формулою побудована інша комічна ситуація у фільмі, у якій Кени по черзі кажуть «Чекай, зараз я покажу» («Here, let me show you»), яка врешті-решт трансформується в колективне «Чекайте, зараз ми покажемо» («Here, let us show you») (1, 01:20:08). Як і в попередньому прикладі, кумулятивне повторення є джерелом комедії, легко впізнаваним і універсальним прийомом.

Повторення відіграє певну роль також і у формуванні гумористичного ефекту в наступних ситуаціях:

Нобелівську премію з журналістики отримує Барбі.

The Nobel Prize for Journalism goes to... Barbie (1, 00:06:57).

Нобелівську премію з літератури отримує Барбі.

And the Nobel Prize for Literature goes to... Barbie (1, 00:07:04).

Нобелівську премію з коней отримує... Кен!

The Nobel Prize in horses goes to... Ken! (1, 01:03:15).

У перших двох із названих фраз гумор полягає в гротескній уніфікації персонажів — кожна Барбі заслуговує на найвищу відзнаку, і це неодмінно саме

Барбі, а не хтось інший (нагадаємо, що Барбі Ленд, попри свою назву, населений не лише ляльками Барбі). Комічність у цій ситуації виникає через формування утопічного світу, яку глядач зчитує як універсальну сатиру: будь-яка Барбі, незалежно від її характеристик, автоматично є успішною та отримує визнання. Тут також можна відразу ж звернутися до наступної фрази, яка, хоч і є проявом мовного типу гумору (не ситуативного), засвідчує універсальність жарту:

Барбі, що нагороджує: Ти голос нашого покоління.

Барбі — лавреатка Нобелівської премії: Я знаю.

Presenter Barbie: You're the voice of our generation.

Nobel Prize Barbie: I know (1, 00:07:07).

Що ж стосується третьої фрази, її гумористичний ефект підсилює контраст: Барбі отримують низку серйозних Нобелівських премій, у той час як Кенові присуджують Нобелівську премію з коней — це звучить абсурдно навіть у межах вигаданого світу, у якому живуть персонажі фільму. Повторення такої самої структури демонструє комічний шаблон, а зміна змістового наповнення з серйозної наукової дисципліни на абсурдно вузьку тематику створює ефект, який легко зчитується представниками різних лінгвокультур.

Ще одним влучним прикладом ситуативного універсального гумору є діалог між Барбі (головною героїнею; «Стереотипною Барбі») та Дивною Барбі.

Дивна Барбі: То що обереш? Вернутись до звичного життя і забути що усе це сталося чи дізнатись правду про весь світ? Вибір за тобою.

Барбі: Перший варіант. Оцей.

Дивна Барбі: Ні. Спробуй ще раз. Ти повинна обрати правду.

Барбі: Не хочу.

Дивна Барбі: Мала, слухай. Ти маєш хотіти знати, ясно?
Давай ще раз.

Weird Barbie: So, what'll it be then? You can go back to your regular life and forget any of this ever happened, or you can know the truth about the universe. The choice is now yours.

Barbie: The first one. The high heels.

Weird Barbie: No. We'll do a redo. You're supposed to want to know.

Barbie: I don't.

Weird Barbie: Mmm. Babe, listen. You have to want to know, okay? Do it again (1, 00:22:20).

Комічного ефекту тут досягнуто за допомогою руйнування очікувань аудиторії — Барбі не обирає «правду про всесвіт», як того очікують і Дивна Барбі, і глядачі, натомість без будь-яких вагань вибираючи радісне забуття. У такий спосіб патетичний і серйозний тон ситуації повністю знівельовано, а таке зіставлення високо та буденного формує універсальність комедії в цій ситуації.

Інфантильну логіку Кена та його гіперболізовано серйозне сприйняття ситуації розкрито в наступному діалозі:

Кен: Я побився об заклад із Кеном, і я хочу бути таким крутим, як і він.

Барбі: Кен не крутий!

Кен: Для мене — крутий.

Ken: I made a double bet with Ken, and you can't make me look uncool in front of Ken.

Barbie: Ken's not cool!

Ken: He is to me (1, 00:26:20).

Комізм у цьому випадку ґрунтується на дитячому рівні мислення та підвищеній увазі до соціального статусу з-поміж «своїх», що ми виокремлюємо саме як універсальний аспект гумору, позаяк такі маркери глядач може зчитати незалежно від свого лінгвокультурного середовища.

В іншому світлі Кен постає в іншій сцені, у якій у діалозі з Барбі демонструє свою емоційну вразливість:

Барбі: Кене. Усе гаразд?

Кен: Так. Абсолютно.

Барбі: Це нічого, що ти плаче. Знаєш, я теж плакала, і це було дивовижно.

Кен: Я сучасний чоловік. Я знаю, що сльози — це не слабкість.

Barbie: Ken. Are you okay?

Ken: Yeah. Totally.

Barbie: It's okay if you're crying. You know, I cried too. It's actually kind of amazing.

Ken: I'm a liberated man. I know crying is not weak (1, 01:32:45).

Остання фраза Кена межує між щирістю та клішованістю, що робить цю сцену водночас комічною та зворушливою. Цю амбівалентність, за якої персонаж повторює популярні соціальні формули, але робить це так, ніби сам до них не звик, можна зчитати як процес особистісного росту Кена як персонажа, що надає персонажеві глибини. Своєю чергою, в особистісний ріст також вписується інша фраза, що її промовляє Кен у ході розмови:

Якщо чесно, коли я дізнався, що патріархат — це не про коней, я втратив інтерес до нього.

To be honest, when I found out that patriarchy wasn't about horses, I lost interest anyway (1, 01:33:42).

Це зізнання є одночасно комічним і через Кенову наївність, і через глибоке усвідомлення наслідків, позаяк демонструє відкидання нав'язаних концептів і повернення до власного «я». Гумор тут засновано на механізмі втрати ентузіазму до ідеології, щойно персонаж усвідомлює, що вона не має бажаного сенсу.

У діалозі, що його має працівник компанії Mattel у Реальному світі з генеральним директором компанії, можемо виокремити прояв гумору, який не вимагає знання соціокультурного контексту або корпоративної ієрархії:

Аарон: Можна я вам прошепочу це, сер?

Гендиректор Mattel: Гарзд. Шепочи.

Aaron: May I put it in a whisper, sir?

Mattel CEO: Fine. Whisper me (1, 00:36:33).

У контексті цієї розмови комічним є саме сприйняття фрази та подальші дії, які слідують за нею, — буквальный потяг із керівної верхівки компанії, яка пошепки доносить інформацію до генерального директора.

Розмова Кена з рятувальником у Реальному світі демонструє розрив між самовпевненістю персонажа Кена та його фактичною некомпетентністю:

Кен: Я хочу отримати роботу на пляжі.

Рятувальник: Тобто, бути рятувальником?

Кен: О, я не навчений підходити до води. Я навчений впевнено стояти отутечки.

Рятувальник: Але тут немає небезпеки.

Кен: І чудово, що нема. Я ж насправді не рятувальник.

Рятувальник: Тоді нащо ти нам?

Кен: Я навіть на пляжі зайвий!

Ken: I'd like to apply for your job of beach.

Lifeguard: So, you want to be a lifeguard?

Ken: Oh, I'm not trained to go over there. I'm trained to stand confidently right here.

Lifeguard: There's nobody in danger here.

Ken: And even if there were, I'm not trained to save them.

Lifeguard: Then I can't hire you.

Ken: I can't even beach here! (1, 00:42:49)

Комізм побудовано на парадоксі, що його проявляє бажання Кена «отримати роботу на пляжі» та одночасна несвідомість того, в чому вона полягає, і відсутність необхідних для неї кваліфікацій. Як і попередні випадки гумору, побудованого довкола персонажа Кена, тут ми спостерігаємо інфантильну логіку, яка може потенційно викликати сміх фактично в кожній людині, яка стикається з чийось бажанням статусу без змістового наповнення.

Блискуче ситуативний універсальний гумор демонструє розмова між трьома Кенами:

Кен Кінгслі: Може, варто називати їх якимось інакше, щоб не плутатись?

Кен Раян: Ні, ми ж знаємо, про кого це.

Кен Кінгслі: А коли на полі бою ти скажеш: «Кене, на четверту», як я знатиму, ти кажеш нам чи іншим Кенам?

Кен Раян: Бо ми атакуємо не о четвертій, а о десятій, щоб скористатися ранковими хвилями.

Кен Шуті: Але не раніше. Бо ми хочемо виспатись.

Кен Раян: Так.

Ken Kingsley: We should probably call them something else so it doesn't get confusing.

Ken Ryan: No, because we'll know what we mean.

Ken Kingsley: But when we're on the battlefield and you say, "Ken at four o'clock," how will I know if you mean us Kens or the other Kens?

Ken Ryan: Because, my dudes, we attack at ten o'clock and take advantage of the morning waves.

Ken Ncuti: But not so early 'cause we're gonna want to sleep in.

Ken Ryan: Right (1, 01:25:29).

У центрі цієї комунікативної ситуації — намагання нівелювати плутанину через імена, що вже є універсальним гумористичним прийомом. Потреба розрізнити персонажів за іменами є універсальною, а фільм «Барбі» вдало грає на ігноруванні цієї потреби, що і є джерелом комізму. Глядачеві необов'язково знати контекст «Барбі» чи навіть дивитися весь фільм — абсурдна ситуація, що складається через велику кількість персонажів із однаковими іменами, сама по собі є прикладом ситуативного універсального гумору.

Наприкінці фільму, Глорія, одна з головних героїнь, пропонує генеральному директорові Mattel створити «звичайну Барбі», а комунікативна ситуація характерна різкою зміною позиції гендиректора — від миттєвого засудження ідея до повного захвату:

Глорія: Як щодо звичайної Барбі? Вона нічим не вирізняється. Вона не обіймає жодної посади. А може, й обіймає. Може, вона мати, а може, й ні. Бо це нормально — хотіти бути лише мамою. Чи хотіти бути президенткою, чи мамою і президенткою, чи не бути ні тією, ні іншою. Вона

лише хоче одягнути топ і жити кожен день, відчуваючи, що вона на своєму місці.

Гендиректор Mattel: Це жахлива ідея.

Виконавчий директор: Ні, заробимо на цьому гроші.

Гендиректор Mattel: Оу. Звичайна Барбі. Я в захваті. Фантастика.

Gloria: What about Ordinary Barbie? She's not extraordinary. She's not president of anything, or maybe she is. Maybe she's a mom. Maybe she's not. Because it's okay to just want to be a mom, or to wanna be president or a mom who is president. Or not a mom who's also not president. She just has a flattering top, and she wants to get through the day feeling kinda good about herself.

Mattel CEO: That's a terrible idea.

Mattel Executive: Yeah, that's going to make money.

Mattel CEO: Oh. Ordinary Barbie. I love it. Fantastic (1, 01:39:00).

Чіткою в цьому контексті є сатира, закладена в корпоративне мислення гендиректора Mattel. Цінність ідеї тут визначає не її соціальна чи філософська значущість, а прибуток, який компанія отримає від випуску такої ляльки.

Кінець кінцем, фільм завершується наступним діалогом:

Барбі: Вітаю.

Адміністраторка: Ваше ім'я?

Барбі: Оу, ем. Гендлер, кома, Барбара.

Адміністраторка: І до кого ви прийшли, Барбаро?

Барбі: Я прийшла на прийом до гінеколога.

Barbie: Hi.

Receptionist: Name?

Barbie: Oh, um, Handler, comma, Barbara.

Receptionist: And what are you here for today, Barbara?

Barbie: I'm here to see my gynecologist (1, 01:47:04).

Ця комунікативна ситуація демонструє антиклімакс — екзистенційний шлях, що його пройшла Барбі в ході своєї пригоди з Барбі Ленду до Реального світу та назад, завершується буденним походом до гінеколога, справою, яка викликає сміх через власну побутовість і накладання епічності попередніх моментів фільму та зокрема сцени, що прямо передує цій. Окрім того, комічний ефект тут проявляється і в буквальному розумінні подання імені — Барбі подає своє ім'я занадто формалізовано («Гендлер, кома, Барбара»), не розрізняючи мову бланків і живу, розмовну мову.

Кінець кінцем, ситуативна універсальність також проявляється крізь шаблони мотивації, які спираються на універсальні стереотипи успішності, досконалості та нескінченного оптимізму, як-от у наступних трьох прикладах:

Так, Барбі змінила все. А потім зробила це ще раз.

Yes, Barbie changed everything! Then she changed it all again! (1, 00:02:50)

Барбі може бути ким завгодно — отже, і жінка може бути ким завгодно.

Because Barbie can be anything, women can be anything (1, 00:03:16).

Хай там як, у Барбі попереду ще один чудовий день.

Anyway... Barbie has another big day ahead of her (1, 00:06:23).

Ці репліки є узагальненими мотиваційними формулами, які апелюють до глобального феміністичного дискурсу (на цьому етапові можна стверджувати, що він є універсальним), а також культивує постійну готовність до нового «ідеального» (хоч і монотонного та повторюваного) дня.

До інших прикладів ситуативного універсального гумору ми зараховуємо наступні (подані у вигляді таблиці з коментарями):

Часовказ	Текст	Коментарі
00:10:25	Stay with me, Barbie!	Зворушлива емоційність Кена в ситуації, яка сприймається як комічна через попередній контекст (невдала спроба осідлати пластикову хвилю).
	Не кидай мене, Барбі!	
00:13:11	Bet you can't do a flip like that, Ken!	Гумор, заснований на викликові й азарті.
	Закладаюся, тобі слабо, Кене.	
00:14:35	You can go now.	Висловлювання, характерне гумором суперництва, підкреслює кінець комунікативної ситуації.
	Тобі вже час.	
00:21:23	And then you're gonna start getting sad and mushy and complicated.	Саркастичне висловлювання, яке демонструє неідеальні наслідки для Барбі.
	І ти станеш гидкою рюмсою з комплексами.	
00:23:10	Fine, get cellulite. I don't care.	Власне, один із неідеальних наслідків, описаних вище.
	Це твій целюліт, мені начхати.	
00:29:43	Hey, man. You guys gotta pay for that stuff.	Гумор, що ґрунтується на порушенні фінансових зобов'язань.
	Гей, чуваче. А платити хто буде?	
00:45:13	I'm not used to that having anything in it.	Фраза поєднується невдалою спробою Барбі випити воду — у

	Я не звикла, що у склянці щось є.	Реальному світі, склянка справді наповнена водою.
00:57:56	Have a brewski beer. My big guy is thirsty.	Комічний прояв гіпермаскулінності.
	Ось, випий пива. Щоб твоя луска не сохла.	
01:08:44	We interrupt this broadcast to bring you our new radio station only playing Ken's favorite song.	Комічно-абсурдна надмірність — ідея створення радіостанції, яка грає одну й ту саму пісню. (Звертаємо увагу, що в оригіналі пісня вказана в однині, а не у множині, як у перекладі.)
	Ми перемикаємо хвилю на нову радіостанцію, яка грає тільки улюблені пісні Кена.	
01:17:51	Oh! Photoshop is so hard! I just don't understand how to use the Select tool.	Гумор, побудований на несприйнятті технічних інструментів. Оскільки програма Adobe Photoshop, названа тут, є широко використовуваною, це приклад ситуативного універсального гумору.
	Ех! Фотошоп такий складний! Я геть не розумію, як зображення виділити.	
01:32:32	Don't look at me!	Висловлювання передає відчуття незручної ситуації, а комічним його робить попередній контекст (провальна спроба встановлення патріархату в Барбі Ленді).
	Не дивіться на мене!	

Другою за кількістю мовних одиниць підкатегорією є ситуативний культурно-обумовлений гумор, у межах якого ми виокремили 19 мовних одиниць.

Значною мірою культурна обумовленість ситуативного гумору в стрічці пов'язана саме з контекстуальними знаннями про сам бренд «Барбі», які

авдиторія може знати чи, навпаки, бути несвідома їх. Так, подібні культурно-специфічні вирази розкидані по всьому фільму:

Мідж була вагітною подругою Барбі. О, не варто показувати Мідж. Mattel зняли її з продажу, бо вагітна лялька — це надто дивно.

Midge was Barbie's pregnant friend. Oh, let's not show Midge actually... she was discontinued by Mattel because a pregnant doll is just too weird (1, 00:06:15).

Ця фраза експлікує ідею, що навіть лялька, що живе у вигаданому фантастичному світі, населеному іншими ляльками, є занадто дивною, якщо вона показана як вагітна жінка. Це — гра з табуїзованістю репрезентації материнства в попкультурі.

Мідж згадується та з'являється на екрані вдруге ближче до кінця фільму:

Це... О, Мідж. Боже. Думав, ми зняли її з продажу.

It's... Oh. Midge. Gosh. I thought we discontinued her (1, 01:37:13).

Повернення «небажаної» ляльки підсилює комічний ефект — це приклад інтертекстуального культурно-обумовленого гумору, зрозумілого насамперед глядачам, які мають знання бодай про базовий контекст франшизи, проте абсурдність сцени спроможна викликати сміх навіть у несвідомої аудиторії, позаяк сцену побудовано на несподіваному вторгненні відкинутого персонажа в уже усталений наратив.

Оповідачка: А це виключення з правил. Аллан лише один.

Аллан: Так, і... мені ніяково через це.

Narrator: There are no multiples of Allan. He's just Allan.

Allan: Yeah, I'm... I... confused about that (1, 00:08:40).

Лялька Аллан, на відміну від Кена, не здобула шаленої популярності серед споживацької аудиторії, тому він лишається унікальним навіть у Барбі Ленді, проте це все ж викликає в нього негативні емоції, як-от зняковілість. Надалі непопулярність Аллана підтверджується наступним уривком діалогу:

Дивна Барбі: Це люди. Виходьте.

Аллан: І Аллан.

Барбі (разом): Мм.

Weird Barbie: Humans. We're fine.

Allan: And Allan.

Barbies (collectively): Hmm (1, 01:12:01).

Аллан у цьому контексті є комічно невидимим і незначним. Аудиторія може сприймати це як соціальне відторгнення в глобальному контексті або ж як іронізацію чи кепкування з непопулярності персонажа, якщо добре ознайомлена з попереднім контекстом.

Таке вже було. Я чув, років десять тому на ім'я Скіппер приїхала до якихось людей у Кі-Вест, влаштувалася до них нянею і хотіла навчити трирічку серфінгу.

This happened before. I heard about ten years ago, a woman named Skipper turned up at some family's home in Key West. Asked to babysit the kids. She then tried to take their toddler surfing (1, 00:34:58).

У цьому контексті сценаристи згадують ім'я однієї з персонажок франшизи «Барбі», при цьому наголошуючи, що це була не сама Барбі. Так, згадка персонажки, що вона не супроводжена жодним попереднім контекстом, створює ефект упізнавання для поінформованої аудиторії — фанатів франшизи.

Окремої уваги заслуговують приклади, пов'язані з ляльками, знятими з продажу:

А це Папик Кен і Кен Чарівна сережка. Mattel зняли їх з продажу.

That's Sugar Daddy Ken. And Magic Earring Ken. Mattel discontinued them (1, 01:12:18).

І Барбі, зняті з продажу! Підростаюча Скіппер. Дозволиш?

У неї груди ростуть!

More discontinued Barbies. Growing Up Skipper? May I?

Her boobs grow (1, 01:12:31).

Глорія: І Відео-Барбі тут.

Відео-Барбі: У мене телек на спині. Знаєте, хто цього хотів? Ніхто. Ніхто не хотів.

Gloria: And Barbie Video Girl.

Video Girl Barbie: I have a TV in my back. You know whose dream that is? Nobody. Nobody's dream (1, 01:12:42).

Усі ляльки, названі вище, мають реальну, проте сумнівну історію, як-от Video Girl Barbie, яку критикували за потенційну загрозу для дітей. Важливо також зазначити, що, хоч ці відсилки й потребують контекстуальної обізнаності, автори фільму все ж надають мінімальні пояснення (наприклад, фраза «Mattel зняли їх з продажу»).

Весь цей час я ніби була уві сні, в якому я посправжньому захопилась режисерською версією Ліги справедливості.

It's like I've been in a dream where I was somehow really invested in the Zack Snyder cut Justice League (1, 01:16:17).

Ця сцена показує попкультурну іронію з іншого боку: джерелом цієї іронії є «чоловічі фільми», як-от кіно про супергероїв (традиційно комікси, фільми й іграшки, пов'язані з цією тематикою, сприймаються як «хлопчачі»). Неочікувано серйозна увага до теми підсилює комічний ефект, позаяк Барбі — уособлення жіночого світу — «по-справжньому захопилась» чимось, що не мало би її цікавити взагалі. Отже, тут присутній елемент культурного зіткнення, у якому іронія виникає з абсурдності самої ситуації.

Кен: Кене, Кене.

Кен Раян: Га?

Кен: Хіба ми не мали голосувати сьогодні?

Кен Раян: Що?

Кен: Щоб змінити Конституцію.

Кен Раян: Це сьогодні, правда ж?

Кен: Так.

Кен: Кен! Кен.

Ken Ryan: Huh? Yeah?

Кен: Weren't we supposed to vote today?

Ken Ryan: What?

Кен: To change the Constitution.

Ken Ryan: Oh, it was today, wasn't it?

Кен: Yeah (1, 01:30:58).

Кени, мені зараз здається, чи наші мачо-хлопчачі кайфохати дещо змінились?

Is it just my imagination, or did these Mojo Dojo Casa Houses just get dreamier? (1, 01:31:53)

У цих двох прикладах продемонстровано іронічну гіперболізацію маскулінності, а також політичну наївність і сатиризацію «мачо-культури», особливо що стосується західної (зокрема, американської) попкультури. Діалог між двома Кенами показує легковажне ставлення до серйозних питань, як-от зміни Конституції, що вказує на неусвідомленість Кенами влади, яку вони отримали в Барбі Ленді. Наступна сцена, відповідно, грає на кітчовому уявленні про чоловічий простір, у якому навіть сама назва поєднує безглузді та клішовані нагромадження слів, ніяк не зважаючи на потенційну тавтологію чи абсурд, яка проте має звучати серйозно.

Інші приклади, які ми зараховуємо до цієї підкатегорії, подано в таблиці:

Часовказ	Текст	Коментарі
00:06:43	President Barbie: Everybody, turn to the Barbie next to you, tell her how much you love her. Compliment her! Reporter Barbie, you can ask me any question you want.	Гіперболізоване зображення позитивної жіночої солідарності, яка втім є поверхневою; феміністичної псевдоідилії, яка панує в Барбі Ленді. Може бути сприйняте як сатира на політично лояльну пресу.
	Reporter Barbie: How come you're so amazing?	
	President Barbie: No comment! No seriously, no comment.	
	Барбі-президентка: А зараз поверніться до Барбі поряд. Скажіть, що любите її. Похваліть її. Барбі-репортерко, починайте. Барбі-репортерка: Як можна бути такою неймовірною?	

	Барбі-президентка: Без коментарів. Ні, серйозно, без коментарів.	
00:28:05	Ooh, love that!	Люди в Реальному світі сприймають яскраве вбрання Кена як квір-код, закладений в американській квір-культурі. Кен цього несвідомий.
	Який ласий!	
00:43:07	She thinks I'm a fascist? I don't control the railways or the flow of commerce.	У США фашизм асоціюється насамперед із контролем держави над інфраструктурою, торгівлею тощо. Іронічне виправдання Барбі показує нерозуміння звинувачення її (індивіда).
	Вона думає, що я фашистка? Я ж не контролюю залізницю чи комерційну діяльність.	
00:56:31	Barbie: Oh, and we have a female president and it's fun and work and friendship and female 24/7. Sasha: Do giant hands come to play with you? Barbie: No, that's crazy.	Демонстрація Барбі Ленду як чогось несправжнього — «гігантські руки» вказують на межі між світами.
	Барбі: О, і у нас жінка-президент. А ще розваги, робота і дівоча дружба цілодобово. Саша: А гігантські руки граються тобою? Барбі: Ні, це божевілья.	
01:09:12	As soon as they figure out how to build that wall sideways, and not just up, no one is gonna be able to get in or out.	Сатира на будівництво стіни між Мексикою та США (детальніше ми розглядаємо цей приклад у п. 2.2.4).
	Щойно вони второпають, як будувати стіну не тільки вгору, нікому не вдасться звідси вибратись.	

01:09:53	<p>Gloria: Wait, you don't have a driver's license.</p> <p>Sasha: This car doesn't have an engine.</p> <p>Gloria: Fine.</p>	<p>Машина в Барбі Ленді — іграшкова, несправжня, що вкотре прямо показує штучність і гротескність цього світу.</p>
	<p>Глорія: О, чекай, ти ж не вмієш керувати!</p> <p>Саша: Та вона ж без двигуна.</p> <p>Глорія: Згодна.</p>	
01:46:30	<p>Gloria's Husband: Estoy muy orguoso de ti.</p> <p>Gloria: Orguloso.</p> <p>Gloria's Husband: Orguloso... Orguloso de ti.</p>	<p>Іронія над поверхневим мультикультуралізмом. Сцена висміює спроби чоловіка вивчити мову дружини (Глорії), що символізує неглибоке розуміння культури партнера.</p> <p>Вислів «Sí, se puede» — політичний слоган, який є неперекладною реалією.</p>
	<p>Чоловік Глорії (субтитри): Я дуже горджуся тобою.</p> <p>Глорія (субтитри): Пишаюся.</p> <p>Чоловік Глорії (субтитри): Пишаюся... Пишаюся тобою.</p>	
01:46:46	<p>Gloria's Husband: Sí, se puede.</p> <p>Gloria: That's a political statement.</p>	
	<p>Чоловік Глорії (субтитри): Так ми зможемо.</p> <p>Глорія: А це вже політичний слоган.</p>	

Наступною за чисельністю підкатегорією є мовний універсальний гумор, до якого ми віднесли 14 одиниць.

Значною мірою мовний універсальний гумор у фільмі «Барбі» виражений крізь абсурдизацію чи гіперболізацію, наприклад:

Завдяки Барбі, усі проблеми фемінізму та рівних прав було вирішено. Принаймні, самі Барбі так думають.

Thanks to Barbie all problems of feminism and equal rights have been solved! ...At least that's what the Barbies think (1, 00:03:33).

У цьому висловлюванні утопічний факт («проблеми фемінізму та рівних прав було вирішено») одразу ж знівельовано контрафактом — «самі Барбі так думають» — що створює комічний ефект, зрозумілий глядачеві фактично в будь-якому контексті, навіть без необхідності знання феміністичної теорії.

Ще більшою мірою абсурдизація проявляється в наступному діалогічному уривкові:

Гендиректор Mattel: Наслідки можуть бути непередбачуваними.

Аарон: Наприклад?

Гендиректор Mattel: Такі, що наша колективна уява і уявити не могла б.

Співробітник №2: О, як подкаст, що ведуть два мудрих дерева? Чи хор з двох тисяч молодих татусів?

Mattel CEO: This could mean extremely weird things for our world.

Aaron: Like what?

Mattel CEO: Nothing any of our collective imaginations could ever dream up.

Mattel Executive #2: A podcast hosted by two wise trees. Or a choir of 2,000 young fathers (1, 00:56:55).

Тут характерною рисою є градація подання ідей — вони стають дедалі абсурднішими та гротескнішими, що створює ефект комічної «снігової кулі», де кожна деталь дедалі кумедніша. Також можемо спостерігати контраст —

непередбачувані та серйозні наслідки, про які говорить гендиректор Mattel, і радикальна зміна реєстру до дитячої фантазії, у якій ідеться про подкаст двох мудрих дерев чи хор із двох тисяч молодих татусів.

Я думав, що в Реальному світі правлять чоловіки. А потім був момент, коли мені здалося, що правлять коні. А тоді я усвідомив, що коні — це лише продовження чоловіків.

At first I thought the Real World was run by men. And then there was a minute where I thought it was run by horses. But then I realized that horses are just men extenders (1, 00:58:34).

Цей уривок є прикладом іронічно-абсурдного гумору з соціальним підтекстом: його можна сприймати як абсурдне твердження про світ, у якому «правлять коні», проте водночас, крізь гіперболу подана сатирична критика патріархального устрою (авжеж, не словами персонажа — критичний зміст глядачі мусять винести самостійно). Кен проходить шлях хибних припущень у ході висловлювання — спершу, на його думку, світом правлять чоловіки, тоді коні, а кінець кінцем він доходить висновку, що «коні — це лише продовження чоловіків». Таке нібито логічне міркування доводить до абсолютно химерного висновку.

Усім байдуже, що Аллан буде у Реальному світі. Власне, таке вже було. Гурт *NSYNC — Аллани. Так, навіть він! Тож їдьмо!

Not one person would care if Allan was in the Real World. In fact, it's happened before. All of *NSYNC, Allan. Yes, even him, so come on! (1, 01:09:24)

У цьому уривкові знову бачимо комічне знецінення Аллана як персонажа, підкріплене іронічними алюзіями до попкультури, які, втім, не є культурно-специфічними (гурт *NSYNC — один із найпопулярніших бой-бендів усіх часів).

Гадаєш, я провів усе своє життя за нарадами через жагу до грошей? Ні! Я в цьому бізнесі через маленьких дівчат і їхні мрії! Як би гидко зараз це не звучало.

You think I spent my entire life in boardrooms because of a bottom line? No! I got into this business because of little girls and their dreams. In the least creepy way possible (1, 01:00:21).

Цей уривок ілюструє сатиричне самопростування на межі табу. Самоіронія персонажа тут виступає захистом — намагання прозвучати щиро призводить до розкриття штучності твердження, що є сатирою на корпоративну культуру. Комічний ефект досягається тим, що глядач, який очікує щирий і зворушливий висновок, натомість отримує дискомфорт і якоюсь мірою «іспанський сором» за висловлення персонажа.

Іншим прикладом корпоративної сатири є висловлення:

Її привид займає офіс на 17-му поверсі.

Her ghost keeps an office on the 17th floor (1, 01:40:41).

Тут ми виокремлюємо сюрреалістичний гумор, характерний сумішню містики та буденщини, де привид веде корпоративне життя.

Тож, Барбі покинула пастельні пластикові пейзажі Барбі Ленду, щоб поринути у пастельні пластикові пейзажі Лос-Анджелеса.

So, Barbie left behind the pastels and plastics of Barbie Land for the pastels and plastics of Los Angeles (1, 01:46:17).

У цьому фрагменті гумор подано крізь паралелізм і руйнування очікувань аудиторії: в очікуванні чогось нового та контрастного до Барбі Ленду, глядач отримує такі самі «пастельні пластикові пейзажі Лос-Анджелеса». Лос-Анджелес тут постає не як частина Реального світу, а як продовження Барбі

Ленду — глянцевої, кольорової, поверхневої, він нічим не відрізняється від вигаданого світу, населеного ідеальними пластиковими ляльками.

Дивна Барбі: Хай там як, що було до цього?

Барбі: Та нічого... Лише друзі, пляж і волейбол.

Дивна Барбі: І це все?

Барбі: Думки про смерть.

Дивна Барбі: Повтори?

Барбі: У мене були думки про смерть.

Дивна Барбі: Думки про смерть?!

Weird Barbie: Anyway, what preceded this?

Barbie: Oh, nothing. A really fun game of volleyball.

Weird Barbie: That's it?

Barbie: Thoughts of death.

Weird Barbie: What is it?

Barbie: Maybe some thoughts of death?

Weird Barbie: Thoughts of death! (1, 00:20:34)

Цей діалог є прикладом абсурдного гумору, побудованого на різкій зміні тону: друзі, пляж і волейбол змінюються думками про смерть, що провокує водночас і шок, і сміх, а також підриває уявлення про Барбі як про ідеальну ляльку.

Називайте мене містер Кен — президент-прем'єр міністр.

Call me Mister Ken President Prime Minister, ma'am (1, 01:03:10).

У цьому реченні гумор побудований на нагромаджені різних титулів без усвідомлення їхнього значення та жодної легітимності. Це — сатира на патріархальні амбіції, бажання влади.

О, Саше, слухай. Я просто нудна мама з нудною роботою і донькою, яка мене ненавидить. Не засуджуй мене за бажання розважитись.

Oh, Sasha, listen. I'm just a boring mom with a boring job and a daughter who hates me. Can you blame me for wanting to have a little fun? (1, 00:53:49)

Так, я справді, справді у тебе сумна, химерна і дивна.

I am, I am. I'm weird and I'm dark and I'm crazy (1, 01:10:36).

Ці два уривки демонструють комічну самодискредитацію та визнання власної емоційної нестабільності. Це водночас і буденна комедія, яка в цій стрічці виходить за межі буденного та стає побудованою на мовній гіперболізації («нудна мама з нудною роботою і донькою, яка мене ненавидить», «сумна, химерна і дивна»), поданій крізь сухий гумор, і потенційна самоідентифікація для тих, хто не вписується в межі «нормального».

Я так старалась, тож я гідна її.

I work very hard, so I deserve it (1, 00:07:02).

Гумор у цьому уривкові (разом із іншим, названим раніше: «Ти голос нашого покоління / Я знаю»), навпаки, побудований на самовпевненості та підризові скромності: Барбі без жодного відтінку іронії стверджує, що заслуговує на все, за що її нагороджують, і відразу ж погоджується, що вона є «голосом покоління». Проявом сатири тут є критика культу досягнення та неймовірної продуктивності.

Так тримати! Клас.

Yay, space! Gosh (1, 00:07:50).

Інший вислів, характерний сухою подачею гумору: спрощена реакція на масштабну подію. Інший рівень подачі жарту тут — факт того, що «Барбі може бути ким завгодно», отже, політ у космос не є чимось екстраординарним у Барбі Ленді.

Що стосується підкатегорії мовно-специфічного гумору, вона є найменш чисельною серед усіх; до неї ми зарахували 12 одиниць серед 81 виокремленої в межах класифікації за ситуативною/мовною специфічністю гумору. Здебільшого мовна специфічність у гуморі фільму «Барбі» проявляється в ідіоматичних висловлюваннях або ж неперекладній грі слів. Ці одиниці ми виокремили в поданій нижче таблиці з коментарями.

Часовказ	Текст	Коментарі
00:03:47	Who am I to burst their bubble?	Ідіоматичний вислів, змістове відтворення.
	І хто я така, щоб руйнувати їхні уявлення?	
00:13:37	Do you guys ever think about dying?! ...I don't know why I just said that. I'm just dying to dance!	Гра слів, компенсаторне відтворення.
	Ви колись думали про смерть? Не знаю, чому я це сказала. Я до смерті люблю танці!	
00:19:48	What's cookin', good-lookin'?	Сленгове звертання, передане зі збереженням ритмованості.
	Що новенького, гарненька?	
00:24:40	Ken Simu: I bet you're scared. And I bet she doesn't even want you to go.	

	Ken Ryan: Well, you bet both of those things incorrectly, and I bet in the opposite direction.	Гра слів в оригіналі, передана крізь ідіоматичний вислів в українській мові.
	Кен Сіму: Зуб даю — злякався. І зуб даю, вона тебе не кликала. Кен Раян: Роздавай зуби, скільки влізе, а я зуб даю, що все не так.	
00:44:23	Thank God they arrested that nutjob. Um, um... that reality-challenged woman. She thinks she's Barbie.	Американський сленговий пейоратив (nutjob) і евфемізм (reality-challenged woman) в перекладі відтворено точно.
	Слава Богу, вони арештували цю ненормальну. Е-е-е, ем... цю відірвану від реальності жінку. Вона думає, що вона Барбі.	
00:52:24	Gloria: How are you here? You're like an idea. Barbie: A great idea.	Метафора, сприйнята Барбі буквально; передано еквівалентно.
	Глорія: Звідки ти взялась? Ти ж просто ідея! Барбі: Класна ідея.	
01:03:34	That's right. In just 48 hours, all the Kens will head to the polls and vote to change the constitution to a government for the Kens, of the Kens and by the Kens!	Алюзія до Геттісберзької промови Авраама Лінкольна. Передано еквівалентно, проте без додаткової інтертекстуальності.
	Саме так. За 48 годин усі Кени проголосують за зміни в Конституції і за новий уряд з Кенів, створений Кенами і для Кенів!	
01:11:28	The fork in my soup is this, Barb. Why didn't the brainwashing work on you?	

	А ну просвіти мене, Барб, чому промивання мізків не подіяло на тебе?	Пародія на ідіоматичний вислів «the fork in the road», переклад не відтворює мовну гру.
01:12:05	<p>Come into my Weirdhouse. Ні! I'm Weird Barbie. I'm in the splits, I have a funky haircut, and I smell like basement.</p> <p>Вітаю в дивному будинку! Привіт, я Дивна Барбі. Я вічно в шпагаті, у мене класна стрижка і я пахну підвалом.</p>	Культурно-специфічний вислів «I smell like basement» передано буквально, із можливою втратою змісту через культурні відмінності.
01:19:19	<p>Ken: That's totally wrong. You need treasury bonds, corporate bonds, CDs.</p> <p>Barbie: No one has CDs anymore.</p> <p>Ken: Oh, sweetheart, you are so cute when you're confused. But no, not music. CD stands for Certificate of Deposit.</p> <p>Ken: Повна дурість. Укладай у цінні папери, облігації, сі-ді.</p> <p>Барбі: Ніхто зараз сі-ді не слухає.</p> <p>Ken: О, золотце, ти така гарненька, коли дурненька. Але ні, йдеться не про музику. Сі-ді — це сертифікат про депозит.</p>	Омонімія CD як Compact Disc (компактний диск) і CD як Certificate of Deposit (сертифікат про депозит). Мовна гра відтворена еквівалентно, збережена повністю.
01:35:31	<p>Barbie: You're not your girlfriend. You're not your house, you're not your mink.</p> <p>Ken: Beach?</p> <p>Barbie: Nope. You're not even beach.</p> <p>Барбі: Ти — це не твоя дівчина. І не твоя хата, і не твоя шуба.</p> <p>Ken: Пляж?</p>	Псевдофілософська мовна нісенітниця, пов'язана з образом «Пляжного Кена» (Beach Ken). Відтворено еквівалентно.

	Барбі: Ні, і навіть не пляж.	
01:40:23	Barbie: It's you. You're Ruth from Mattel. Ruth Handler: Baby, I am Mattel. Until the IRS got to me, but that's another movie.	Культурно-специфічна алюзія до історичних подій. Передана еквівалентно.
	Барбі: Це ви. Ви Рут з Mattel. Рут Гендлер: Мила моя, я і є Mattel. Поки податкова не прийшла, та це вже інше кіно.	

Отже, у фільмі «Барбі» ми виокремили гумор усіх чотирьох типів за класифікацією В. Барсукової. Переважна більшість виокремлених одиниць зарахована до категорії ситуативного універсального гумору, що заснована на візуальній або поведінковій абсурдності. Культурно-специфічний гумор, що ґрунтується на алюзіях до американських історичних, політичних чи попкультурних реалій, потребує творчої компенсації задля збереження комічного ефекту. Мовний універсальний гумор використовує іронію, гіперболу, абсурд та прості мовні конструкції, які вдається адекватно передати українською, натомість мовно-специфічний гумор побудовано за допомогою ідіом, римованих зворотів, стилістичних кліше, інших одиниць, притаманних суто англійській мові, що вимагає вищого рівня адаптації або повної заміни для збереження функції жарту.

2.2.2. Мовна гра

Мовна гра виступає невіддільним елементом гумору фільму, що підсилює сприйняття візуальних та авдіальних жартів. Мовна гра, виражена крізь каламбури, гру зі значеннями й очікуваннями глядача, створює додатковий рівень комічності, а їхня відтворюваність у перекладі часто стає справжнім викликом і полем для творчого пошуку. Ця категорія в нашому аналізі також є значно меншою від попередньої — вона налічує 13 мовних одиниць.

Прояви мовної гри можна побачити відразу ж у перші хвилини фільму, коли звучить пісня Pink:

Він гарний

Елегантний

Веселий

І кльовий

P, pretty

I, intelligent

N, never sad

K, cool (1, 00:05:45)

У цій пісні текст складається в акровірш (останнє слово тут вибивається з-поміж переліку, проте його вимова має початковий [k], як і останній звук у вимові слова pink), проте в українському варіанті вибір зроблено на користь дослівного перекладу. У подібний акровірш складається текст пісні, що вона звучить пізніше в стрічці:

Він викликає паніку

Страх

Огиду

І думки про смерть

P, panic

I, I'm scared

N, nauseous

K, death (1, 00:16:45)

За аналогією до першого акровірша, усі слова, окрім останнього складаються в слово pink, і подібно до першого акровірша, український переклад

має дослівне відтворення змісту замість спроби створити еквівалентний акровірш.

Значною також є частка каламбурів і повторень у фільмі, що є визначальною рисою гумору деяких персонажів. Однією з таких одиниць є вже аналізований раніше діалог між Барбі та Кеном, у якому виникає плутанина через аббревіатуру CD (1, 01:19:19). У цьому випадку використано омонімічний каламбур, побудований на лексико-семантичній грі з аббревіатурою: неусвідомлення, що CD вказує не на компактний диск (compact disc), а на сертифікат про депозит (certificate of deposit), створює комічний ефект завдяки конфлікту, що виникає між очікуваним і реальним значенням аббревіатури.

Інший приклад каламбуру та мовної гри представлено в уривковій діалогі між двома Кенами, що розгортається на початку фільму:

Кен Сіму: Схоже, пляжні розваги тобі не під силу, Кене.

Кен Раян: Якби не серйозна травма, я б показав тобі свою силу, Кене.

Ken Simu: Looks like this beach was a little too much beach for you, Ken.

Ken Ryan: If I wasn't severely injured I'd beach you off right now, Ken (1, 00:09:38).

Цей уривок характерний водночас і абсурдним повторенням слова beach у непридатних для цього слова позиціях (як-от too much beach, де слово вжито як прикметник, хоча beach є іменником), і каламбуром beach you off, що є мовною грою з висловом beat you off, що він означає «перемогти». Дубляж тут нівелює обидва ці аспекти, надаючи перевагу відтворенню змісту самих висловлювань.

Наступний вислів пов'язаний із попереднім, проте в ньому залучено іншу стратегію адаптації:

Годі, Кени! Не потрібно нічим мірятися, хлопці.

Come on, Kens. Nobody's gonna beach anyone off (1, 00:10:02).

Тут у вихідному тексті знову використано вислів *beach off* замість широкоживаного *beat off*, який у цільовому тексті передано без згадування пляжу чи еквівалентної мовної гри; при цьому варто зазначити, що переклад «*beach anyone off*» як «не потрібно нічим мірятися» створює певний підтекст, повністю відсутній у первісній фразі, який може бути зчитаний як сексуальний. Так, дубляж створює нові відтінки значень для фраз, де первісні відтінки втрачено.

Така двозначність із сексуальним підтекстом постає і в іншому місці фільму:

Я не знаю напевне, що ви мали на увазі цими своїми жартиками, та відчуваю деяку двозначність із сексуальним підтекстом, тому хочу вам повідомити — я не маю вагіни. А він не має пеніса. У нас немає геніталій.

I don't know exactly what you meant with all of those little quips, but I'm picking up on some sort of *entendre*, which appears to be double, and I would just like to inform you, I do not have a vagina. And he does not have a penis. We don't have genitals (1, 00:28:43).

Зазначимо, що тут ідеться одночасно про вихідний і цільовий тексти на відміну від попереднього прикладу, де двозначність була ознакою суто дубльованого тексту. У цьому ж висловлюванні фраза *some sort of entendre, which appears to be double* містить пряму гру слів, що відсилає до словосполученні *double entendre* (двозначність). Хоч мовну гру тут і було знівельовано в дубляжі, переклад виконано змістовно точно.

Що стосується повторень, то вони характерні не лише для Кена як персонажа. Наприклад, на початку стрічки Дивна Барбі промовляє фразу:

Мені нудно. Ти відстійна. Це відстійно.

I'm bummed. That's a bummer. You're a bummer (1, 00:22:51).

У цьому фрагменті мовна гра побудована на повторенні спільнокореневих слів: *bummed*, *bummer*. Вони функціують як різні частини мови та створюють ефект ритмічної епіфоричної структури висловлювання. У перекладі цю структуру збережено частково — *bummer* передано крізь похідні від слова «відстій», проте, на відміну від першоджерела, три короткі речення мають певні варіації. Насамперед перше речення відрізняється від наступних двох, оскільки тут слово *bummed* адаптовано за іншою формулою, аніж спільнокореневі слова в подальших двох реченнях. Унаслідок цього ефект повторюваності та ритмічної злагодженості репліки дещо знижується, проте загальне емоційно-комічне враження збережене.

Інший фрагмент демонструє поєднання мовної гри з культурно маркованою гіперболою:

Вона думає, що я фашистка? Я ж не контролюю залізницю чи комерційну діяльність.

She thinks I'm a fascist? I don't control the railways or the flow of commerce (1, 00:43:07).

Ця фраза містить алюзію на авторитарний режим фашизму як уявлення про систему повного контролю над державною інфраструктурою й економікою. Така гра, яка в перекладі відтворена доволі точно, показує, як у фільмі поєднується лексична комедійна легкість із політичними підтекстами, зашифрованими в жартівливі формулювання. Такий гумор є багаторівневим — водночас доступний

для багатьох, але містить відтінки значень для тих, хто знається на історичному контексті.

Глорія: Це складно. Ненависть — це надто грубо.

Саша: Отямся, мамо!

Глорія: Я повністю при тямі, сонце.

Gloria: Hate is a strong word.

Sasha: Wake up, Mom!

Gloria: I am wide awake, Sasha! (1, 00:54:26)

Цей фрагмент діалогу містить мовну гру, що вона побудована на метафоричному використанні виразів *wake up* і *wide awake*: у фразі, яку промовляє Саша («Отямся, мамо!»), вираз *wake up* має не буквально значення, а містить заклик до усвідомлення правди (його можна ототожнити з українськими «прозріти», «усвідомити правду» тощо). У цьому контексті переклад вислову як «отямся» є влучним і відтворює метафоричний сенс оригінальної фрази в українській мові.

У той самий час відповідь Глорії формально є буквальною реакцією, проте в контексті діалогу вона також має метафоричне навантаження — Глорія усвідомлює ситуацію та контролює події. Переклад крізь спільнокореневі слова («отямся», «при тямі») не лише вдало адаптує метафоричність обох фраз, але й створює додатковий рівень мовної гри в перекладі. Отже, можемо стверджувати про нівелювання мовної гри в одних випадках і її появу в інших.

Глорія: Не кажи йому, але я ніколи не хотіла Кена.

Барбі: Це тому що Кен завжди як п'яте колесо.

Gloria: Don't tell him, but I never got a Ken.

Barbie: That's because Ken is totally superfluous (1, 00:56:04)

Мовна гра в цьому фрагменті діалогу присутня саме в українському дубляжі — ідеться про використання ідіоми «п'яте колесо» як еквівалента для *totally superfluous* (букв. «абсолютно зайвий»). Така трансформація не лише точно відтворює значення фрази у вихідному тексті, але й додає національного колориту до висловлювання та підсилює комічність завдяки образності.

Вживання фразеологізму на позначення когось чи чогось непотрібного чи зайвого є особливо іронічним у контексті фільму — Кен (не лише девтерагоніст-Кен у виконанні Раяна Гослінга, але й будь-який інший Кен у Барбі Ленді) і справді виконує другорядну роль і в прямому сенсі бореться за самовизначення.

Поряд із висловами з додаванням мовної гри в перекладі, маємо також і приклади, де мовну гру з оригіналу знівельовано в перекладі, як-от діалог між двома Кенами:

Кен Сіму: Не може бути!

Кен Раян: Може.

Ken Simu: No way!

Ken Ryan: Way (1, 01:02:29).

Відповідь Кена Раяна у вихідному тексті містить рефлексивне повторення, характерне для сленгового та дитячого мовлення. Це жартівлива скорочена форма підтвердження, яка руйнує очікування аудиторії саме тому, що «Way» не є конвенційною відповіддю на вислів «No way».

У перекладі загальний зміст вихідного діалогу передано, проте цю мовну гру знівельовано, а реєстр наближений до нейтрального: замість сленгового рефлексивного повторення Кен в українському дубляжі відповідає нейтральною буденною фразою.

Наступні дві фрази взаємопов'язані, проте містять мовну гру на різних рівнях:

Кени, мені зараз здається, чи наші мачо-хлопчачі кайфохати дещо змінилися?

Is it just my imagination, or did these Mojo Dojo Casa Houses just get dreamier? (1, 01:31:53)

Так, бо це будиночки Барбі, довбо...

That's because they're Dreamhouses, mother... [bleep] (1, 01:31:02)

Фраза Кена не даремно містить вислів *just get dreamier* — це очевидна гра зі словом *Dreamhouse*, назвою будиночка Барбі. Прикметник *dreamier* тут натякає, що мачо-хлопчачі кайфохати не просто змінилися, як це описано в цільовому тексті, а стали «мрійливішими», тобто повернулися до своєї первинної естетики.

Гру слів, яка пов'язує ці дві фрази, втрачено саме через труднощі перекладу неологізму *Dreamhouse* — оскільки його адаптували як «будиночок Барбі», то потреба в збереженні мовної гри зникла.

Що ж стосується другої фрази, то тут маємо гру слів на межі непристойності як в оригіналі, так і в перекладі. *Mother... [bleep]* є алюзією на лайливе слово *motherfucker* (дослівного перекладу українською не існує, проте найчастіше це слово адаптують як «сучий син» або «покидьок»), яке навмисне цензуроване за допомогою звукового сигналу, що створює комічну напругу між дитячою рожевою естетикою Барбі Ленду та різким дорослим емоційним тоном. Український варіант адаптовано з урахуванням української лайливої лексики — «довбо...» вочевидь відсилає до обценізму «довбойоб», що його зафіксовано, зокрема, у «Словнику нецензурної лексики та її відповідників» Лесі Ставицької зі значенням «тупа, недалека людина» або «докучлива людина; зануда» [28, с. 153]. Такий варіант перекладу водночас адаптує текст до української аудиторії та зберігає емоційний ефект і мовний реєстр вихідного тексту; отже, мовна гра в цільовому тексті вдало передає загальний настрій фраз і адаптує грубий гумор.

Підсумовуючи, можемо стверджувати, що мовна гра у фільмі «Барбі» має значення для створення комічного ефекту. Характерними рисами мовної гри в стрічці є каламбури, акровірші та повторення. У ході перекладу частина їх була знівельована або змінена, що подекуди призвело до втрати оригінальної комічної напруги; водночас, інші адаптації (наприклад, переклад *wake up* як «прийти до тями», відтворення нецензурної лексики) успішно відтворюють гумор і культурний контекст, використовуючи еквівалентні мовні одиниці. Переклад у фільмі демонструє складність збереження гри слів за адаптації до іншої мовної та культурної системи, забезпечуючи відповідний рівень емоційного відтворення вихідного тексту.

2.2.3. Гендерна іронія

Фільм «Барбі» є яскравим прикладом використання гендерної іронії як інструменту феміністської критики та деконструкції гендерних стереотипів. Представлені ілюстративні матеріали демонструють, що гендерна іронія є елементом наративної структури стрічки, а її використання зумовлене необхідністю підкреслення соціальної нерівності та проблематизації гендерних ролей у сучасному суспільстві крізь феміністичну призму.

Яскравим прикладом гендерно-маркованого гумору є іронізація материнської ролі, як-от у початковій сцені, де «[д]івчатка, які гралися [ляльками-немовляти], могли уявляти себе лише матерями. Що теж було весело... до певного моменту, авжеж. У мами запитайте» (1, 00:01:27). Перебільшена радість материнства та відсутність інших жіночих рольових моделей тут висміює стереотип про виховання дітей як єдину прийнятну самореалізацію для жінки.

У стрічці основним інструментом відтворення гендерної іронії є діалоги — саме у такому форматі цей підвид гумору виступає засобом критичного коментування патріархальних норм, а також певних обмежень, що вони накладаються як на жінок, так і на чоловіків у сучасному світі. Так, прояв гендерної іронії крізь роль жінки як матері (та неприйнятність будь-якої іншої

ролі, окрім материнської) глядач може спостерігати впродовж усієї стрічки, зокрема, у поданому діалогові:

Барбі: У мене весь час це дивне відчуття, ніби я боюся сама не знаю чого. Що це таке?

Перехожа-незнайомка: Тривожність. У мене двоє. Вони кошмарні в цьому віці.

Кен: А я почуваюсь чудово.

Перехожа-незнайомка: Бо діти це не вивалюють на тат.

Barbie: I've started to get all these weirdo feelings. Like, I have fear with no specific object. What is that?

Stranger: It's anxiety. I have it too. They're just awful at this age.

Ken: I feel amazing.

Stranger: That's because kids don't take it out on the dads (1, 00:38:24).

Цей приклад демонструє не лише сатиру на роль жінки як матері, але й на роль чоловіка як батька — якщо жінка мусить піклуватися про дітей, робити це без будь-якої власної вигоди, то чоловіку достатньо просто назватися «батьком», а про все інше, у тому числі виховання дітей, попіклується жінка. Так, упродовж усієї стрічки можемо спостерігати висміювання обмеженості гендерних уявлень.

Саркастично подано ідею вирішення всіх проблем фемінізму завдяки Барбі, що також критикує поверхневу інклюзивність:

Завдяки Барбі, усі проблеми фемінізму та рівних прав було вирішено. Принаймні, самі Барбі так думають.

Thanks to Barbie all problems of feminism and equal rights have been solved! ...At least that's what the Barbies think (1, 00:03:33).

Вартим уваги в цьому контексті є фрагмент діалогу, що він розгортається в штаб-квартирі Mattel, де Барбі просить поговорити з директоркою, фінансовою директоркою, виконавчою директоркою, головою відділу Барбі — і всі виявляються чоловіками. Просте питання Барбі «Тут хоч чимсь жінки керують?» спричиняє довгий монолог гендиректора Mattel, що його сповнено гендерних кліше та спроб замаскувати патріархальну структуру компанії мовою інклюзивності: «У дев'яностих директоркою була жінка. І була у нас ще одна... але коли... я, на жаль, забув. Тож, це вже дві жінки» та «У нас гендерно-нейтральних вбиралень аж до чортиків, і абсолютно кожен із цих чоловіків любить жінок» (1, 00:46:21). Твердженням, що воно є логічним завершенням боротьби ляльок із патріархальною системою влади є сцена, у якій Рут Гендлер підтверджує, що Стереотипна Барбі «врятувала Барбі Ленд від патріархату» (1, 01:41:57).

Гендерна іронія, спрямована на чоловічі образи, насамперед проявляється крізь образ Кена (Раяна Гослінга) — іронізовану модель чоловіка як жертви патріархальних норм. Після фіаско зі встановленням патріархату в Барбі Ленді, він показує свою справжню натуру: визнає, що «існу[є] лише у відображенні в очах [Барбі]» (1, 01:34:20), а «сльози — це не слабкість» (1, 01:33:45). Кен тут — об'єкт, а не суб'єкт, він не має власного простору чи власної ролі:

Глорія: Не кажи йому, але я ніколи не хотіла Кена.

Барбі: Це тому що Кен завжди як п'яте колесо.

Gloria: Don't tell him, but I never got a Ken.

Barbie: That's because Ken is totally superfluous (1, 00:56:04)

Саша: То кожна Барбі має власний будиночок?

Барбі: М-гм.

Саша: Це круто. А де Кени живуть?

Барбі: Я і гадки не маю.

Sasha: So does each Barbie, like, have their own house?

Barbie: Mmm-hmm.

Sasha: That's cool. Where do the Kens stay?

Barbie: I don't know (1, 00:58:26).

І це мій будиночок. Це будиночок Барбі, а не будиночок Кена.

And this is my Dreamhouse. It's Barbie's Dreamhouse. It's not Ken's Dreamhouse (1, 00:14:52).

Окрім того, у стрічці чітко прослідковується висміювання гіпертрофованої маскулінності й абсурдності патріархального мислення, як-от у висловленнях:

Називайте мене містер Кен — президент-прем'єр міністр.

Call me Mister Ken President Prime Minister, ma'am (1, 01:03:10).

Це висловлення показує Кенові уявлення про владу, престиж і маскулінність: намагаючись компенсувати власну внутрішню невпевненість і другорядність, відведену йому в Барбі Ленді, він вдається до накладання авторитетних титулів без усвідомлення, що ці назви означають; окрім того, титули «президент» і «прем'єр-міністр» суперечать один одному, а «містер Кен» доповнює цю гротескную комбінацію, яка не лише підкреслює його плутанину, але й викликає комічну реакцію в аудиторії через свою недолугу абсурдність.

Висміювання поверхневої, декларативної маскулінності вказує, що за титулами не стоїть жодна реальна функція чи компетентність.

Я думав, що в Реальному світі правлять чоловіки. А потім був момент, коли мені здалося, що правлять коні. А тоді я усвідомив, що коні — це лише продовження чоловіків.

At first I thought the Real World was run by men. And then there was a minute where I thought it was run by horses. But then I realized that horses are just men extenders (1, 00:58:34).

Цей фрагмент є прикладом абсурдного парадоксу, що викриває порожнечу патріархату. Потрапивши до Реального світу, Кен асоціює владу з чоловіками, а потім — із кінями; висновок, якого він доходить, що «коні — це лише продовження чоловіків» є іронічною метафорою токсичної маскулінності. Жарт висміює Кенове поверхневе та карикатурне розуміння структури влади, що ілюструє, як патріархальна логіка ґрунтується на міфологізованих і візуальних шаблонах, а не на реальних механізмах функціонування суспільства.

Гендерна іронія проявляється в іронічному зображенні культу краси й очікуваннях, які суспільство покладає на жінок. Тут особливо важливим є той факт, що це стосується виключно жіночих образів, що відбиває упереджені суспільні стереотипи про жінок, які «мають підтримувати власну красу» якомога довше, проте їхніх намагань ніколи не достатньо:

Ти така прекрасна, і така розумна, і мене вбиває, що ти вважаєш себе ні на що не здатною. Бо якими б неймовірними ми не були, з нами завжди щось не так.

You are so beautiful and so smart, and it kills me that you don't think you're good enough. Like we have to always be extraordinary (1, 01:13:54).

Початок монологу Глорії (детальніший розбір монологу ми подаємо в контексті розгляду метагумору) іронічно вербалізує неможливість відповідати усім очікуванням: бути красивою, розумною, успішною, досконалою в усіх інших сферах — усе безперервно й одночасно. Так, сам факт, що Барбі — втілення образу ідеальної жінки, хоча й сама вона реальною жінкою не є, — сумнівається у власних силах, іронізує, як жіночність перетворюється на нескінченне прагнення втекти від «посередності», а «нормальність» і «достатність» — недосяжні: «І фактично виходить, що ти не тільки робиш усе неправильно, а й до того ж ти у всьому винна» (1, 01:13:54).

Рівень гендерно-маркованої самоіронії доповнює ремарка оповідачки:

Шановні, Марго Роббі — невдалий вибір актриси, якщо акцентуєте на красі.

Note to the filmmakers. Margot Robbie is the wrong person to cast if you want to make this point (1, 01:13:14).

Гендерна іронія проявляється і в зображенні тілесності персонажів, які є ляльками, свідомими своєї лялькової природи. Так, висловлення «Цікаво, що за бугорок [Кен] ховає під тими джинсами» (1, 00:20:24), а також репліки «У нас немає геніталій» та «У мене є той геніталій» (1, 00:28:43–00:29:01) є іронією над ідеєю сексуалізованості ляльок і водночас підкресленням її абсурдності. Ці висловлення розкривають соціальну незручність теми сексуальності, яка або табується, або подається гіперболізовано — особливо у випадку культурних уявлень про жіночу й чоловічу тілесність. Так, тілесність у стрічці стає предметом іронізації як ще один механізм деконструкції гендерних міфів.

Окрім того, сцени між Барбі та Кеном іронізують над традиційними уявленнями про романтичні ролі:

Кен: Я думав лишитись на ніч сьогодні.

Барбі: Нащо?

Кен: Ну, я ж твій хлопець.

Барбі: І що буде?

Кен: Я поки що не придумав.

Барбі: Але я не хочу, щоб ти лишався.

Кен: I thought I might stay over tonight.

Barbie: Why?

Кен: 'Cause we're girlfriend/boyfriend.

Barbie: To do what?

Кен: I'm actually not sure...

Barbie: Oh, but I don't want you here (1, 00:14:38).

Репліка Барбі «І що буде?» у відповідь на «Ну, я ж твій хлопець» висміює очікування автоматичної емоційної чи побутової відданості. Інакшою є демонстрація спроби Кена нав'язати умовність стосунків, що не працює в моделі Барбі Ленду: «Невже звання дівчини без зобов'язань нічого не значить?» (1, 01:25:13).

Водночас у фільмі частими є прояви холодної іронії, як-от фраза:

Саша: А як же тато? Не можна його кидати!

Глорія: Та переживе.

<...>

Саша: Так, згодна. Переживе.

Sasha: What about Dad? We can't just leave him!

Gloria: He'll be fine.

<...>

Sasha: Yeah, yeah. He'll be fine (1, 00:55:34).

Подібні репліки переграють очікування, за яких жінка мусить бути емоційно чуйною і відповідальною за комфорт інших.

Підсумовуючи, можемо стверджувати, що гендерна іронія в стрічці виступає не лише як інструмент гумору, але і як дієвий механізм критичного переосмислення соціальних ролей. Через сатиру, інверсію, гіперболу та самоіронію творці фільму розвінчують як патріархальні, так і умовно «емансиповані» моделі поведінки. Створення багатозарових гумористичних ситуацій уможливорює переосмислення власних уявлень аудиторії про гендер, ідентичність та рівність. Наявність гендерної іронії у фільмі зумовлює необхідність точного відтворення в перекладі подвійних смислів і сарказму, що часто спираються на англійські каламбури та культурні алюзії. Окремі фрази та ситуації (коні як «продовження чоловіків», Кен як «п'яте колесо») демонструють вдалу адаптацію гендерно-орієнтованого гумору, у якому сатиричний ефект оригінального висловлювання відтворено засобами української мови; при цьому оригінальний задум, вкладений у жарти, лишається зрозумілим для українськомовної аудиторії.

2.2.4. Пародіювання, метагумор та (авто)референтність

Стрічка «Барбі» багата на різного роду пародії, самоорієнтований гумор (метагумор) та культурні референції, у тому числі автореференції. Ми вирішили об'єднати ці три критерії в одному пункті, оскільки вони значною мірою пов'язані один із одним.

Першим виразним прикладом, який можна віднести відразу до всіх трьох категорій, стає найперша сцена фільму — вона пародіює «Світанок людства», пролог до фільму Стенлі Кубрика 1968 р. «Космічна Одісея 2001 року». Ця сцена в певних моментах покадрово повторює вихідний матеріал, що можна бачити, зокрема, у відеопорівняннях на порталі YouTube (2).

У першій сцені об'єкту нашого аналізу, фільмі «Барбі», дія розгортається в залитій сонцем, безлюдній, позачасовій пустелі — локусі, що він ніяк не пов'язаний із рештою фільму (див. рис. 1). Дівчатка, котрі граються з «примітивними» ляльками-немовлятами, віддзеркалюють поведінку мавп у «Космічній Одиссеї». Ляльки дають дівчаткам можливість грати лише в матерів, та ці ігри нудні, повторювані, позбавлені уяви, аналогічно до «статичного» стану первісного існування.

Раптом перед дівчатками постає «моноліт», яким у цьому контексті виявляється величезна гламурна лялька Барбі (пізніше ми дізнаємося, що це головна героїня, «Стереотипна Барбі», роль якої виконує Марго Роббі), одягнена в культовий купальник у чорно-білу смужку, що повторює образ найпершої Барбі (див. рис. 1). Візуальний ряд сцени, як і у фільмі Кубрика, доповнює симфонічна поема Ріхарда Штрауса «Так казав Заратустра» (1, 00:01:56).

Дівчатка, натхненні присутністю Барбі, переживають власний «еволюційний» прорив, як мавпи в «Космічній Одиссеї». Вони відмовляються від своїх ляльок-немовлят, навіть розбивають їх у стані «піднесеного звільнення», подібно до того, як мавпи в стрічці Кубрика починають розбивати черепи та кістки. Сцени обох фільмів знято у сповільненій зйомці.

Тон і масштабність моменту та фонові знання аудиторії про джерело референції роблять сцену водночас і смішною, й епічною — це і святкування Барбі як культурного моноліту, й іронічне осмислення її ролі в минулому та сучасності.

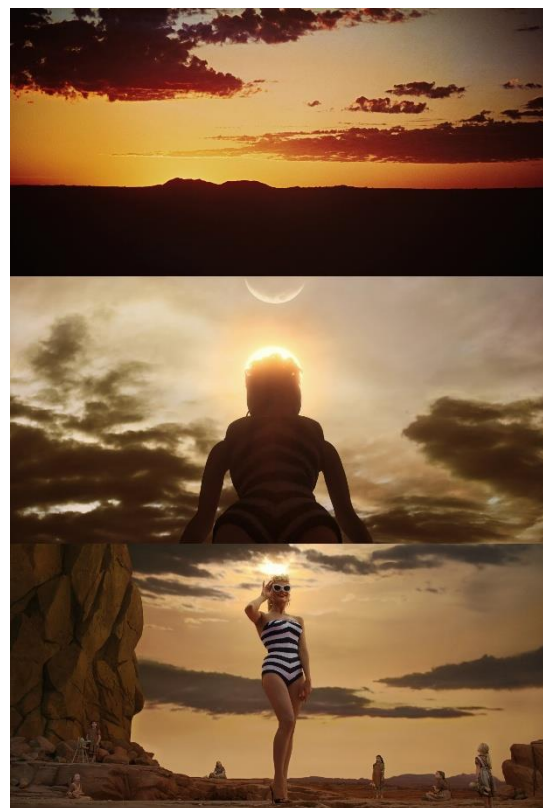


Рисунок 1. Пародія на «Світанок людства»

Ідею Барбі як «культурного моноліту» вербалізовано у фільмі в ряді конкретних висловлювань:

Дівчатка, які гралися ними, могли уявляти себе лише матерями. Що теж було весело... до певного моменту, авжеж. У мами запитайте.

The girls who played with them could only ever play at being mothers. Which can be fun, at least for a while anyway... Ask your mother (1, 00:01:27).

Так, Барбі змінила все. А потім зробила це ще раз.

Yes, Barbie changed everything! Then she changed it all again! (1, 00:02:50)

Усі жінки бачили у собі Барбі, і Барбі уособлювала кожну з них.

All of these women are Barbie, and Barbie is all of these women (1, 00:02:57).

Завдяки Барбі, усі проблеми фемінізму та рівних прав було вирішено. Принаймні, самі Барбі так думають.

Thanks to Barbie all problems of feminism and equal rights have been solved! ...At least that's what the Barbies think (1, 00:03:33).

У всіх чотирьох випадку ми маємо референцію до описаної сцени. Крім цього, окремі висловлювання містять також метагумористичні автореференції до Барбі як образу, персонажа й ідеї, що вони вічно еволюціонують та змінюються (00:02:50), а також до слогану фільму *She is everything* («Вона — це все») і слоганів «Барбі»-бренду, наприклад, *Be who you wanna be* («Будь, ким забажаєш») або *You can be anything* («Ти можеш бути ким завгодно») (00:02:57).

Описана сцена, яка сама по собі є референтною, також стає джерелом референції пізніше у фільмі: драматично-гумористичне, іронічне і піднесене «прозріння», яке переживає Кен, опинившись у Реальному світі, у якому править патріархат, супроводжується симфонічною поемою Штрауса, так само, як у початковій сцені фільму. Проте Кен у цьому контексті відіграє не роль «культурного моноліту», яку на початку уособлювала Барбі, а роль, відведену мавпам у «Космічній Одиссеї»: у якийсь момент він повторює рухи за одним із чоловіків, за якими спостерігає (1, 00:31:11).

Можна чітко стверджувати, що фільм багатий на автореференції до самого себе — окрім описаної вище сцени, яка відсилає до початку фільму, маємо також і дзеркальні відтворення інших сцен. Зокрема, на початку стрічки Барбі каже:

Він справді найкращий. Як і вчорашній, і завтрашній, і післязавтрашній, і навіть середа, як кожен день у нашому житті!

It is the best day ever! And so is yesterday and so is tomorrow and so is the day after tomorrow and even Wednesdays and every day from now until forever! (1, 00:13:28)

І її наступний день справді починається абсолютно так само, як і попередній; він багатий на повторення тих самих візуальних елементів і навіть пісні, що лунає на фоні, — пісня Pink (Bad Day) дзеркально відтворює текст пісні Pink, додаючи дедалі більш лиховісного настрою до тексту, що неодмінно відбивається й на візуальному ряді (1, 00:16:45).

Згодом Кен скаже, що «Кожен вечір — хлопчачий» («Every night is boys' night») (1, 01:04:42), — і цей вислів ми теж зараховуємо до переліку автореференцій, оскільки ідея «хлопчачого вечора щовечора» дзеркально відтворює устрій Барбі Ленду до приходу патріархату, де щовечора Барбі

влаштувують «грандіозн[у] гулянк[у] з Барбі, танцювальною постановкою і саундтреком» (1, 00:11:01).

Ще одним очевидним прикладом дзеркальної референції фільму до самого себе є момент, де одному з Кенів присуджують Нобелівську премію з коней (1, 01:03:15), що відтворює аналогічний сегмент із початку фільму з відтінком сатири й абсурду (1, 00:06:57).

Коли Глорія та Саша їдуть геть із Барбі Ленду, щоби потрапити назад у Реальний світ, раптово виявляється, що разом із ними на задньому сидінні автівки був Аллан; автівка перевертається й знову встає на колеса, проте ніхто з персонажів лишається неушкодженим (1, 01:08:54). Ця сцена дзеркально відтворює аналогічну сцену з початку фільму, у якій Барбі, як Глорія й Саша, раптом дізнається, що на задньому сидінні її автівки сидить Кен (1, 00:26:09).



Рисунок 2. Пародія на гору Рашмор

Інша очевидна візуальна пародія — гора з викарбуваними обличчями в Барбі Ленді (1, 00:07:42). У фільмі цей момент представлено як суто візуальний виразник комічного: кінематографічний загальний план із головною героїнею, що сидить в автівці; гора, зображена на фоні, пародіює зовнішній вигляд гори Рашмор, де замість облич чотирьох президентів США вирізьблені обличчя чотирьох ляльок Барбі (див. рис. 2): першої ляльки Барбі, випущеної 1959, Barbie Teenage Fashion Model (Марго Роббі з’являлася в купальнику, натхненному цією лялькою, в сцені, описаній вище), ляльки Christie (1968), що стала першою лялькою Барбі-афроамериканкою, ляльки Oriental Barbie (1981), першою Барбі азійської зовнішності, та California Dream Teresa (1987), першої латиноамериканської ляльки Барбі.

У вербальній площині пародіювання є менш очевидним, але більшою мірою проявляється його автореферентність. Значною мірою це стосується назв

вигаданих ляльок Барбі, наприклад, «Барбі, яка весь час думає про смерть» (Irrepressible Thoughts of Death Barbie), «Барбі з вираженим целюлітом» (Full Body Cellulite Barbie), «Заклякла від сорому Барбі» (Crippling Shame Barbie) (1, 00:35:44), «Барбі, що читала Пруста» (Proust Barbie) (1, 00:47:44), «Барбі в депресії» (Depression Barbie) (1, 01:07:31), «Самозневажлива Барбі» (Self-Effacing Barbie) (1, 01:42:08) — усі ці назви пародіюють типові для бренду найменування ляльок (пор. із реальними ляльками, випущеними в 1990-ті рр., як-от Totally Hair Barbie, Super Star Barbie, Dazzlin' Date Barbie тощо). Тут варто згадати й власне референтність до «Барбі»-бренду:

Барбі! І забори свої дівчачі шмотки з собою! Свої блискучі штани Диско Барбі, і свій костюм для танців на льоду із пишною спідницею. Для спання свою піжаму з Амстердама не забудь. І свої штанці-палацо з принтом огірки!

Barbie! Take your lady fashions with you! Take your Celebrate Disco Bell Bottoms. And your Ice Capades Pretty Practice Suit and Dazzling Show Skirt. Your Pajama Jam in Amsterdam sets. And your Pretty Paisley Palazzo Pants! (1, 01:04:57)

У цьому уривкові подано назви різних «шмоток», як їх зве Кен, які належать Барбі. Вони є цілком справжніми елементами гардеробу ляльки Барбі, зокрема, «блискучі штани Диско Барбі» вказують на ляльку під назвою Celebrate Disco (2008), а «костюм для танців на льоду із пишною спідницею» та «піжам[а] з Амстердаму» — на набори одягу Ice Capades (1989) та Pajama Jam in Amsterdam (2002). Цікава ситуація зі «штанц[ями]-палацо з принтом огірки» — саме такого елемента одягу Mattel ніколи не випускали, але є припущення, що це відсилка до ляльки Барбі з колекції School Cool (2000), яка теж має штани з принтом огірки, хоч візуально вони й відрізняються від тих, що показані у фільмі.

Окрім того, референція до «Барбі»-бренду проявляється в площині згадування скандальних ляльок — «Папик Кен», «Кен Чарівна сережка» (1, 01:12:18), «Підростаюча Скіппер», у якої ростуть груди (1, 01:12:31), «Відео-Барбі» з телевизором на спині (1, 01:12:42), а також пса Таннера, який їсть ласощі, тоді вони випорожнюється ними і... їсть їх знову (1, 00:19:38). Усі ці ляльки мають історії, пов'язані з обуренням мас, що й призвело до їхнього зняття з продажу. У фільмі ці ляльки не просто згадані; вони постають як повноцінні персонажі, хоч і на короткий період часу, заради жарту. Їхня з'ява має чітку функцію: візуально-комічно обіграти абсурдні рішення Mattel, що в минулому принесли критику й невдоволення. Так, «Барбі»-бренд у стрічці водночас і дистанціюється від власного минулого (недаремно зняті з виробництва ляльки живуть у будинку Дивної Барбі, яка сама є архетипом самотниці, а не серед інших Барбі, що вони населяють Барбі Ленд), і капіталізує на ньому — згадка про цих ляльок слугує «великоднім яйцем» (прихованою винагородою для обізнаних глядачів) і метаіронічним прийомом, що підкреслює, що бренд не боїться сміятися з самого себе.

Також референтність у вербальній площині проявляється в моментах презентації окремих персонажів, як-от описане раніше знецінення Аллана:

Оповідачка: А це виключення з правил. Аллан лише один.

Аллан: Так, і... мені ніяково через це.

Narrator: There are no multiples of Allan. He's just Allan.

Allan: Yeah, I'm... I... confused about that (1, 00:08:40).

Цей вислів є метакоментарем до непопулярності Аллана, де персонаж, уперше наділений голосом, сам коментує ситуацію, що склалася.

Усім байдуже, що Аллан буде у Реальному світі. Власне, таке вже було. Гурт *NSYNC — Аллани. Так, навіть він! Тож їдьмо!

Not one person would care if Allan was in the Real World. In fact, it's happened before. All of *NSYNC, Allan. Yes, even him, so come on! (1, 01:09:24)

Тут знецінення Аллана продовжується вже в контексті самознецінення, а референція до популярного бой-бенду загострює авторефлексивну іронію щодо персонажа. Його образ, хоч і зайвий у Барбі Ленді, у Реальному світі має великий потенціал — як було зазначено раніше, *NSYNC є одним із найпопулярніших бой-бендів усіх часів.

Мідж була вагітною подругою Барбі. О, не варто показувати Мідж. Mattel зняли її з продажу, бо вагітна лялька — це надто дивно.

Midge was Barbie's pregnant friend. Oh, let's not show Midge actually... she was discontinued by Mattel because a pregnant doll is just too weird (1, 00:06:15).

У цьому виразі бачимо ще один метакоментар, який цього разу апелює до іншої персонажки франшизи — Мідж. Всевіда-оповідачка не просто представляє персонажку, але й коментує політику компанії щодо неї — фраза «не варто показувати Мідж» іронічно імітує внутрішню цензуру Mattel, що її втілено просто в оповіді.

Іронічно-зневажливе ставлення Mattel до Мідж укорінене у висловленні гендиректора в кінці фільму:

Це... О, Мідж. Боже. Думав, ми зняли її з продажу.

It's... Oh. Midge. Gosh. I thought we discontinued her (1, 01:37:13).

Фраза супроводжується криком подиву та переляку, що й створює комічний ефект за рахунок Мідж. Її поява тут є не просто чимось небажаним, а навіть мало не жахливим — персонажка, яку формально виключили з франшизи, раптом повертається, порушуючи звичний порядок.

Значною мірою автореферентна іронія проявляється і в гуморі за рахунок приниження Кена:

Кен — це не те, за що варто хвилюватись. Взагалі.

Ken isn't something we're worried about. Ever (1, 00:46:10).

Кен: Просто я не знаю, хто я без тебе!

Барбі: Ти — Кен.

Кен: Але є Барбі і Кен. Немає просто ляльки Кена. Я створений для тебе. Я існую лише у відображенні в твоїх очах. Без тебе я звичайний білявий юнак, який не вміє плавати.

Ken: I just don't know who I am without you.

Barbie: You're Ken.

Ken: But it's "Barbie and Ken." There is no just "Ken." That's why I was created. I only exist within the warmth of your gaze. Without it, I'm just another blond guy who can't do flips (1, 01:34:20).

Кен — це я!

Ken is me! (1, 01:36:18)

У поданих фрагментах іронія зосереджена на образі Кена як другорядної фігури, створеної виключно як доповнення Барбі, а не окремий, повноцінний персонаж. Перша фраза слугує прямою і водночас саркастичною заявою про маргінальність Кена як у межах іграшкового бренду, так і в контексті фільму: він буквально «не проблема», персонаж без особистої ваги; він уособлює функціональність, а не самодостатність.

Другий фрагмент, у якому представлено уривок діалогу Барбі та Кена, цей образ набуває трагікомічного відтінку. Кен, який не знає, хто він без Барбі, демонструє екзистенційне усвідомлення власної вторинності та відсутності автономії, він визнає, що його створено для Барбі, а його метафора про «відображення в очах» водночас є кліше, що має створювати атмосферу романтичної комедії, і підкреслює залежність і несформовану ідентичність. З іншого боку, усе це подано з гіперболізованим пафосом, що породжує комічний ефект: Кен — «звичайний білявий юнак, який не вміє плавати» — буквально і фігурально не має жодних особливих функцій.

Репліка «Кен — це я!» завершує цей сегмент іронічною спробою самоствердження, яка потенційно слугує алюзією до сцени зі стрічки про Спартака 1960 р., у якій натовп по черзі викрикує «Я Спартак!». Колективно ці фрагменти створюють багаторівневу метаіронію, що висміює бренд, який десятиліттями позиціонував Кена як додаток до Барбі, і водночас іронізує над спробою персонажа знайти себе в новому світі.

Іншим проявом пародії у вербальній площині є вислів:

Саме так. За 48 годин усі Кени проголосують за зміни в Конституції і за новий уряд з Кенів, створений Кенами і для Кенів!

That's right. In just 48 hours, all the Kens will head to the polls and vote to change the constitution to a government for the Kens, of the Kens and by the Kens! (1, 01:03:34)

Остання фраза тут є очевидною пародією на вислів із Геттисберзької промови Авраама Лінкольна. Однак ця пародія стає очевидною насамперед саме для англomовного глядача, який може бути більшою мірою ознайомлений із Геттисберзькою промовою та, відповідно, знати цей вислів; для українськомовної аудиторії пародійна референція, закладена в це висловлювання, цілком може бути пропущена.

Більш культурно універсальною пародією є сцена псевдореклами «Барбі з депресією» (1, 01:07:31). Сцена, що вона побудована на гіперболізації буденних реалій, є універсальною через свою можливість до асоціації з будь-якою аудиторією, незалежно від культурного фону глядачів. Реклама, що імітує формат типових телевізійних оголошень, зводить нанівець традиційний образ Барбі як ідеальної та завжди веселої дівчини неясного віку та перетворює її на дорослу жінку, ментальний стан якої потерпає від довколишніх подій.

Вихідний текст описує цю Барбі як ту, що «вдень і вночі носить спортивки», проводить «сім годин в Instagram, гортаючи фото заручин колишньої найкращої подруги», поїдає «сімейну упаковку Starbursts» і знову й знову дивиться «Гордість і упередження», поки не засне. Цільовий текст має певні відмінності та трансформації; так, «сімейна упаковка Starbursts» перетворюється на узагальнені «шоколадні цукерки», що є зрозумілішим для української аудиторії, оскільки бренд Starbursts не представлений в Україні; фраза now her jaw is killing her («тепер у неї болить щелепа») адаптована як «тепер у неї друге підборіддя», характерна зміщенням перлокутивного ефекту: якщо первісна фраза вказує на нервову напругу або жування цукерок, то вислів цільовою мовою грає на знайомому аудиторії концепту «переїдання через стрес».

Окремої уваги заслуговує також згадка про «Гордість і упередження», адже у вихідному тексті вточнено, що це саме the BBC's *Pride and Prejudice* — ідеться про телевізійну багатосерійну екранізацію 1995 р., яка виявилася одним із найпопулярніших проєктів американської компанії A&E (яка теж доклалася до фінансування серіалу) за весь час її існування [65]. Ця деталь є неперекладною реалією, оскільки створена безпосередньо з референцією на американське суспільство, проте у вихідному тексті згадка саме «Гордості та упередження» від «Бі-Бі-Сі» збагачує його локальний колорит.

Завершальна репліка псевдореклами знову відсилає до реклами товару та створює комічний ефект крізь абсурдну комерціалізацію психічних розладів, що також слугує сатирою на культуру споживання:

Барбі з тривожністю, СДУГ і ОКР продаються окремо.

Anxiety, panic attacks and OCD sold separately (1, 01:07:56).

Зазначимо також те, що самі психічні розлади відіграють другорядну роль; у вихідному тексті маємо тривожність, панічні атаки та obsesивно-компульсивний розлад, у цільовому тексті панічні атаки замінено на синдром дефіциту уваги з гіперактивністю.

Прикладом вербалізованої пародії в нашій класифікації є і фраза:

Щойно вони второпають, як будувати стіну не тільки вгору, нікому не вдасться звідси вибратись.

As soon as they figure out how to build that wall sideways, and not just up, no one is gonna be able to get in or out (1, 01:09:12).

Це цілком очевидна сатира на так звану «стіну Трампа» — мур між США та Мексикою, активно обговорюваний у політичному та медіадискурсі під час

першої каденції президента США Дональда Трампа. У репліці висміюється водночас фізичне відгородження (на прикладі тоталітарного закриття дороги до Барбі Ленду), так і непослідовну реалізацію такої ідеї. Отже, певною мірою за абсурдистською сатирою криється цілком влучний соціальний коментар проти політики ізоляціонізму. В українському дубляжі цю репліку передано еквівалентно, проте, зважаючи на соціокультурний контекст, її сприйняття українською аудиторією може відрізнитися від сприйняття американськими глядачами; так, дубльована репліка може бути сприйнята як більш узагальнене твердження, що крізь сатиру критикує будь-які спроби ізолювати спільноту від решти світу.

Проявом метагумору у фільмі, окрім зазначених вище пародійних назв на кшталт «Барбі з депресією», значною мірою є самосвідома «ляльковість» персонажів — жителів Барбі Ленду, як-от у наступному виразі:

Цей твій Кен. Такий засмаглий, накачаний, прилизаний хлоп. Цікаво, що за бугорок він ховає під тими джинсами.

That Ken of yours is one nice looking little protein pot. I'd love to see what kind of nude blob he's packing under those jeans (1, 00:20:24).

За вульгаризацією в цьому формулюванні ховається цілком очевидний метакоментар про анатомію Кена — як і ляльки-Кени в реальному житті, жоден із Кенів — жителів Барбі Ленду, не мають точної чоловічої анатомії. Згодом у фільмі Барбі вимовляє фразу, яка повторює та підтверджує твердження про невідповідність лялькової анатомії до людської:

...хочу вам повідомити — я не маю вагіни. А він не має пеніса. У нас немає геніталій.

...I would just like to inform you, I do not have a vagina.
And he does not have a penis. We don't have genitals (1,
00:28:43).

Остання сцена фільму містить діалог, який теж відсилає до тієї самої ідеї лялькової штучності:

Барбі: Вітаю.

Адміністраторка: Ваше ім'я?

Барбі: Оу, ем. Гендлер, кома, Барбара.

Адміністраторка: І до кого ви прийшли, Барбаро?

Барбі: Я прийшла на прийом до гінеколога.

Barbie: Ні.

Receptionist: Name?

Barbie: Oh, um, Handler, comma, Barbara.

Receptionist: And what are you here for today, Barbara?

Barbie: I'm here to see my gynecologist (1, 01:47:04).

На відміну від попередніх сцен, у цьому фрагменті «ляльковість» протиставляється «людяності» (тобто, фізіологічним ознакам, які свідчать про належність до людського роду) — Барбі покинула лялькове життя та стала справжньою жінкою, а отже, їй потрібно піклуватися про власне здоров'я та регулярно відвідувати лікаря.

Підкреслену несправжність можемо спостерігати також і в наступному коментарі, який Стереотипна Барбі отримує від іншої ляльки:

Ти зламалася!

You're malfunctioning (1, 00:18:32).

У цьому короткому реченні гумор є менш очевидним: він криється, знову ж, у метакоментарі, що слугує нагадуванням, що Барбі — не жива істота. Саме тому, коли Барбі починає думати про смерть, її стопи починають опускатися (що абсолютно не є характерним для ляльки), а магічний плавний спуск із другого поверху будиночку Барбі перетворюється на різке падіння, інші Барбі підозрюють не хворобу, а несправність.

У подальшому, дедалі більшу «олюдненість» Барбі вербалізовано в коментарі Дивної Барбі:

А це Барбі Барбі, звісно. Вона не мертва. У неї просто екзистенційна криза.

And that's Barbie Barbie, of course. She's not dead, she's just having an existential crisis (1, 01:12:49).

Дивна Барбі вербалізує психологічний стан головної героїні, «екзистенційн[у] криз[у]», мовою, притаманною людському досвіду, а не штучному об'єкту, яким є лялька. Тут ми вбачаємо зміщення регістру від опису стану іграшки до глибшого, філософського і людського діагнозу, що, разом із контрастом від попередніх тверджень про штучність Барбі, і є джерелом комізму. У цій же репліці підкреслено головний конфлікт фільму — перетворення Барбі з ідеальної ляльки на усвідомлену особистість, що має власні сумніви, страхи й почуття.

Окрім того, комічна штучність стосується не лише ляльок, але й усього, що стосується Барбі Ленду, наприклад:

Глорія: О, чекай, ти ж не вмієш керувати!

Саша: Та вона ж без двигуна.

Глорія: Згодна.

Gloria: Wait, you don't have a driver's license.

Sasha: This car doesn't have an engine.

Gloria: Fine (1, 01:09:53).

У цьому прикладі бачимо поєднання буквального й абсурдного гумору, що знову спирається на знання глядача та усвідомлення лялькової (штучної, несправжньої) природи Барбі Ленду. У діалозі обіграно реальну логіку про наявність водійського посвідчення, проте її ж одразу зруйновано крізь розбіжності логіки двох світів — автівка не має двигуна, проте нею досі можна керувати, і вона, вочевидь, поїде, як і автівка у Реальному світі. Своєю чергою, персонажі визнають таку несправжність світу, а визнання абсурдності стає кульмінацією жарту.

Метагумор не обмежений лише відсиланням до штучної природи Барбі. Зокрема, фільм також багатий на висловлювання на межі метакоментарів і автореференцій, як-от:

Саша: Ти хто?

Барбі: Я ваша улюблена жінка всіх часів — Барбі!

Sasha: Who are you?

Barbie: I'm only your favorite woman of all time. Barbie!

(1, 00:39:30)

Цей фрагмент не лише іронізує над сприйняттям Барбі як культурної ікони, але й прямо звертається до глядача, для якого лялька Барбі й справді могла бути уособленням краси, жіночності й успіху. Барбі тут — водночас і персонаж, і бренд, що він сам себе рекламує; її самовпевнена самопрезентація як «улюблен[ої] жінк[и] всіх часів» містить патетичні й самоіронічні елементи, що разом утворюють метакомічний коментар. Автореференцію посилено фактом усвідомлення лялькою Барбі власного статусу в масовій культурі й апеляції до нього з умисною гіперболізацією.

Хай там як, у Барбі попереду ще один чудовий день.

Anyway... Barbie has another big day ahead of her (1, 00:06:23).

Цей фрагмент — характерний приклад метакоментаря, що водночас виконує і функцію іронічної саморефлексії. На поверхні він звучить як легка, безтурботна й позитивна репліка з рекламного ролика, проте в контексті фільму, де глядач уже з перших хвилин знайомиться зі штучним, повторюваним ідеальним життям у Барбі Ленді, ця фраза набуває саркастичного звучання, відсилає до «програмованості» щоденної рутини Барбі — «чудовий день» трапляється щодня, бо сценарій життя в ідеальному світі не змінюється. Така конструкція створює відчуття порожнечі поза фасадом оптимізму.

Ти така прекрасна, і така розумна, і мене вбиває, що ти вважаєш себе ні на що не здатною. Бо якими б неймовірними ми не були, з нами завжди щось не так. Ти маєш бути стрункою, та не худорлявою, і не казати, що хочеш бути стрункою, а казати, що хочеш бути здоровою, проте все ж ти маєш бути стрункою. У тебе мають бути гроші, але не можна жадати грошей, бо це неприйнятно. Ти маєш бути босом, та не жорстким. Ти маєш бути лідером, та не відкидати ідеї інших. Тобі має подобатись бути матір'ю, але розмовляти весь час про дітей — зась. Ти маєш бути кар'єристкою, але до того ж встигати приділяти час усім навколо. Ти маєш відповідати за поведінку чоловіків, і це нечесно, та якщо протестуватимеш, скажуть, що ти постійно бідкаєшся. Ти маєш бути гарною для чоловіків, та не надто гарною, щоб їх не спокушати і не дратувати жінок навколо, бо ти маєш бути частиною сестринства, проте завжди виділятися. І завжди бути вдячною. Але не забувати про те, що система продажна,

тож ти маєш прийняти це, і за це теж бути вдячною. Ти повинна лишатись молодою, не бути грубою, не вихвалитись, не бути егоїсткою, ніколи не здаватись, не помилятись, не відчувати страх, і собі нічого не дозволяти. Це занадто важко, забагато протиріч, і ніхто не дає тобі медаль і не каже «дякую». І фактично виходить, що ти не тільки робиш усе неправильно, а й до того ж ти у всьому винна. Я так втомилась бачити, як я сама і кожна жінка в цьому світі зав'язує себе у вузол, щоб суспільство любило нас. І якщо все це відчуває на собі навіть лялька, яка символізує жінку, то... я навіть не знаю.

You are so beautiful and so smart, and it kills me that you don't think you're good enough. Like we have to always be extraordinary. But somehow, we're always doing it wrong. You have to be thin but not too thin, and you can never say you want to be thin. You have to say you want to be healthy, but also you have to be thin. You have to have money, but you can't ask for money because that's crass. You have to be a boss but you can't be mean. You have to lead, but you can't squash other people's ideas. You're supposed to love being a mother, but don't talk about your kids all the damn time. You have to be a career woman but also always be looking out for other people. You have to answer for men's bad behavior, which is insane, but if you point that out, you're accused of complaining. You're supposed to stay pretty for men but not so pretty that you tempt them too much or that you threaten other women because you're supposed to be a part of the sisterhood but always stand out. And always be grateful. But never forget that the system is rigged, so find a way to acknowledge that but also always be grateful. You have to never get old, never be rude, never show off, never be selfish, never fall down, never fail, never show

fear, never get out of line. It's too hard, it's too contradictory, and nobody gives you a medal or says thank you. And it turns out, in fact, that not only are you doing everything wrong but also everything is your fault. I'm just so tired of watching myself and every single other woman tie herself into knots so that people will like us. And if all of that is also true for a doll just representing a woman... then I don't even know (1, 01:13:54).

Сказавши вголос про когнітивний дисонанс, у якому жінка існує в патріархаті, ти позбавила його влади.

By giving voice to the cognitive dissonance required to be a woman under the patriarchy, you robbed it of its power (1, 01:16:35).

У цих двох фрагментах метакоментар слугує не лише прийомом розважальної самоіронії, але й риторичними засобами феміністичної критики патріархату; це художня рефлексія, що руйнує традиційні уявлення про соціальну роль жінки та роль самої Барбі як втілення жінки.

Обидва фрагменти існують у контексті фільмового метанаративу — це історія не лише про Барбі, а про жінку у світі, де її існування постійно визначається зовнішніми очікуваннями. Метагумор, виражений крізь сатиру, тут викриває конструкції, замасковані під норму, та включає глядача в критичне осмислення, що робить аудиторію співучасником діалогу.

Інший спосіб проявлення метагумору в «Барбі» — коментарі, що безпосередньо нагадують аудиторії про кінематографічну природу стрічки:

Шановні, Марго Роббі — невдалий вибір актриси, якщо акцентуєте на красі.

Note to the filmmakers. Margot Robbie is the wrong person to cast if you want to make this point (1, 01:13:14).

Оповідачка звертається безпосередньо до режисерів (filmmakers), у такий спосіб ламаючи четверту стіну та визнаючи власну штучність, кінематографічність і умовність.

Фраза з'являється у відповідь на твердження Барбі, що вона недостатньо красива, що є класичним прикладом метагумору крізь авторефлексію. Стрічка усвідомлює суперечність між змістом і формою: складно говорити про інституційний тиск на жінок через зовнішність, водночас маючи в головній ролі акторку, яка уособлює сучасні стандарти краси. Фільм відкрито це визнає та аналізує сам себе як продукт попкультури.

Окрім того, окремі уривки з фільму формують складну мережу метаіронії, яка охоплює не лише роль ляльки Барбі як культурного артефакту, але й роль, яку компанія Mattel відіграла у створенні, поширенні та комерціалізації ляльки та її образу, а також формуванні образу жінки крізь ляльку. Фільм, створений за підтримки Mattel, критикує саму Mattel, використовуючи її як джерело гумору й абсурду.

Так, бо це будиночки Барбі, довбо...

That's because they're Dreamhouses, mother... [bleep] (1, 01:31:02).

Аналізований уривок ми зараховуємо також і до категорії метагумору саме через уже описану межу між дозволеним і забороненим: лялька Барбі призначена для маленьких дівчаток, проте Барбі-президентка використовує зовсім не дитячу лексику. Фільм свідомий цього дисонансного накладання — саме тому останнє слово у висловленні не подано повністю, а цензуроване.

Я тут ні до чого, це Mattel. Це їхні правила.

Don't blame me. Blame Mattel. They make the rules (1, 00:23:07).

Ця ж фраза є яскравим прикладом метаіронії, що вона розкриває неоднозначне становище персонажів у Барбі Ленді — світі, створеному Mattel. З одного боку, «правила Mattel» слугує сюжетним поясненням обмежень, із якими стикається головна героїня; проте водночас він же є й іронічною відсилкою до реального світу (не фільмового Реального світу, а метаконтекстуального реального світу), у якому саме Mattel десятиліттями визначала рамки жіночої поведінки та зовнішності через Барбі, а тепер — намагається дистанціюватися від наслідків цих рішень. Так, фраза критикує корпоративну владу над жіночим образом і водночас самоіронізує над фактом того, що фільм, який проголошує феміністичні ідеї, створено за участі тієї самої компанії, що тривалий час ці ідеї обмежувала.

Барбі-президентка: Містере Маттел, я...

Гендиректор Mattel: Прошу. Називай мене мамою.

Барбі-президентка: Ні, дякую.

President Barbie: Mister Mattel, I just...

Mattel CEO: Please. Call me Mother.

President Barbie: No, thank you (1, 01:37:58).

У цій сцені гендиректор Mattel, чоловік, просить називати себе «мамою», звертаючись до Барбі-президентки, що є явним і гротескним абсурдом: чоловік, який очолює корпорацію, що комерціалізує та монетизує жіночність і жіночий досвід, претендує на материнську роль. Тут ми вбачаємо пародію на корпоративну феміністичну мову, де великі компанії намагаються привласнити жіночий досвід, при цьому лишивши глибинну патріархальну структуру незмінною. Відмову Барбі-президентки в цьому контексті можна інтерпретувати як іронічну емансипацію — невизнання авторитету чоловіка як «матері» несе в собі відмову від ідеологічної покровительки у вигляді бренду.

Аналогічну самоіронію з боку Mattel можемо бачити й раніше у фільмі:

Барбі: Тут хоч чимсь жінки керують?

Гендиректор Mattel: Слухай, я розумію, до чого ти хилиш, і мушу визнати, це мене обурює. Наша компанія на сто відсотків жіноча. У дев'яностих директоркою була жінка. І була у нас ще одна... але коли... я, на жаль, забув. Тож, це вже дві жінки. Жінки буквально є основою цієї дуже високої фалічної будівлі. У нас гендерно-нейтральних вбиралень аж до чортиків, і абсолютно кожен із цих чоловіків любить жінок. Я син своєї матері. Я мати свого сина. Я... я племінник сестри матері. Мої найкращі друзі євреї. Я намагаюся сказати... лізь у коробку, спокуснице!

Barbie: Are any women in charge?

Mattel CEO: Listen, I know exactly where you're going with this, and I have to say I really resent it. We are a company literally made of women. We had a woman CEO in the '90s. And there was another one... at some other time. So that's... that's two right there. Women are the freaking foundation of this very long phallic building. We have gender-neutral bathrooms up the wazoo. Every single one of these men love women. I'm the son of a mother. I'm the mother of a son. I'm... I'm the nephew of a woman aunt. Some of my best friends are Jewish. What I'm trying to say is... Get in the box, you Jezebel! (1, 00:46:21)

Питання, що його ставить Барбі, тут є свого роду викликом — вона дивується й прямо говорить про відсутність реального жіночого лідерства в компанії, що створює й продає бренд, зосереджений на жіночих образах і з жінками як основними споживачками; лялька Барбі мала би репрезентувати жіночу силу, мрії, свободу — проте її образом контролюють чоловіки.

Довгий монолог гендиректора Mattel пародіює «воук»-риторику (від woke, що в цьому контексті означає «уважний до упередженості»), а завершується викриванням справжнього обличчя корпоративної влади: Jezebel (Єзавель) є біблійною персонажкою, яка часто є використовуваною як метафора для розпусної чи непокірної жінки. Себто, незалежна Барбі відразу перетворюється на загрозу, і задля збереження корпоративної, патріархальної влади її потрібно повернути на своє місце — у коробку.

Вартими уваги також є три фрагменти, у яких продемонстровано метакоментар стосовно творчині ляльки Барбі, Рут Гендлер:

Барбі: Це ви. Ви Рут з Mattel.

Рут Гендлер: Мила моя, я і є Mattel. Поки податкова не прийшла, та це вже інше кіно.

Barbie: It's you. You're Ruth from Mattel.

Ruth Handler: Baby, I am Mattel. Until the IRS got to me, but that's another movie (1, 01:40:23).

У цьому уривкові Рут Гендлер жартома заявляє, що вона і є Mattel — «[п]оки податкова не прийшла». Цей момент поєднує метаіронію з чорним гумором і покликанням на реальну історичну ситуацію, яка склалася між Рут Гендлер і Податковою службою США. Жінка, яка «створила» Барбі, визнає, що її вплив на «Барбі»-бренд обмежений і, що важливіше, підданий критиці та системним наслідкам.

Що? Здивовані? Гадаєте, жінка, яка створила Барбі, на вигляд як Барбі? Я маленька бабуся — метр у кепці з подвійною мастектомією і проблемами з податковою. Ніхто не схожий на Барбі, окрім самої Барбі. Реверанс, любя.

What? You guys, you think the lady who invented Barbie looks like Barbie? I'm a five-foot-nothing grandma with a double

mastectomy and tax evasion issues. Nobody looks like Barbie, except, of course, Barbie. Take a bow, honey (1, 01:40:44).

Рут деконструє головну ілюзію: навіть творчиня «Барбі» — не Барбі сама по собі, і не схожа на неї. Фільм сам себе «ламає»: після 100 хвилин історії про ідеальну зовнішність Барбі, глядачам прямо заявляють, що це все вигадка, а ідеал є недосяжним навіть для його творців. Так, сам образ Барбі є симулякром.

Барбі: Але ж ви авторка. Хіба ви не контролюєте мене?

Рут Гендлер: Я контролюю тебе не більше, ніж контролюю власну доньку. Я дала тобі її ім'я, Барбара. І я завжди вірила в тебе так само, як вірила в неї.

Barbie: But you're the creator. You... Don't you control me?

Ruth Handler: I can't control you any more than I can control my own daughter. I named you after her, Barbara. And I always hoped for you like I hoped for her (1, 01:43:33).

У цьому уривкові спостерігаємо зіткнення двох рівнів влади: авторської (Рут Гендлер як «богиня-творчиня») та корпоративної (Mattel як власник «Барбі»-бренду). Рут фактично дозволяє Барбі стати суб'єктом, а не об'єктом, від'єднатися від корпоративної структури та стати справжньою, живою, людською жінкою.

Що ж стосується автореферентності та культурних референцій, то, окрім уже зазначених, стрічка багата на різного роду відсилки до популярної культури. Наприклад, сцена, у якій ляльки одна за одною вітаються словами «Привіт, Барбі!» та «Привіт, Кене!» є чіткою відсилкою на Barbie Girl данського гурту Aqua — пісню, що є сатирою на образ Барбі, і починається з діалогу Барбі та Кена, у якому вони вітаються саме цими словами (1, 00:08:13).

Окрім того, «Барбі» багата і на кінематографічні відсилки, зокрема:

Дивна Барбі: То що обереш? Вернутись до звичного життя і забути що усе це сталося чи дізнатись правду про всесвіт? Вибір за тобою.

Барбі: Перший варіант. Оцей.

Дивна Барбі: Ні. Спробуй ще раз. Ти повинна обрати правду.

Барбі: Не хочу.

Дивна Барбі: Мала, слухай. Ти маєш хотіти знати, ясно? Давай ще раз.

Weird Barbie: So, what'll it be then? You can go back to your regular life and forget any of this ever happened, or you can know the truth about the universe. The choice is now yours.

Barbie: The first one. The high heels.

Weird Barbie: No. We'll do a redo. You're supposed to want to know.

Barbie: I don't.

Weird Barbie: Mmm. Babe, listen. You have to want to know, okay? Do it again (1, 00:22:20).

Ця сцена, дія якої відбувається в дивному будинку, чітко відсилає до фільму сестер Вачовські «Матриця» (The Matrix, 1999): Дивна Барбі ставить Стереотипну

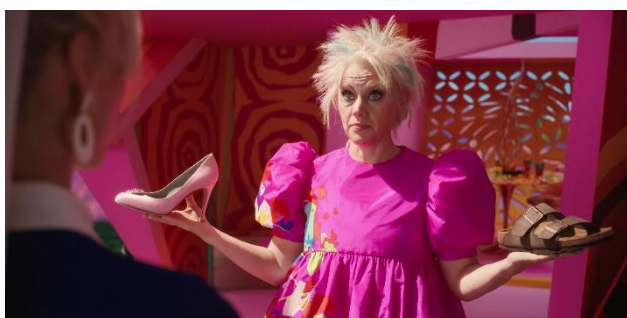


Рисунок 3. Відсилка до фільму «Матриця»

Барбі перед вибором («повернутися до звичного життя» або «дізнатися правду про всесвіт»), репрезентованим двома парами взуття (див. рис. 3), у той час як у «Матриці» вибір репрезентовано двома пігулками.

Інша сцена, у якій Барбі та Глорія усвідомлюють, що це вони шукали саме одна одну, містить чітку відсилку до ще одного фільму Стенлі Кубрика «Сяйво» (The Shining, 1980) (нагадаємо, що перша сцена пародіює «Космічну Одіссею», яку також зняв Кубрик):

Ви ментально пов'язані? Ти пов'язана з реальною Барбі?

Are you two, like, shining? Are you shining with a real Barbie? (1, 00:53:57)

Говорячи про ментальний зв'язок Глорії з Барбі, Саша називає це «сяйвом» (shining), що є прямим інтертекстуальним жартом, що він апелює до культурно закріпленого образу «сяйва» як психічного чи надприродного зв'язку між людьми, як його зображено в стрічці, яку зняв Кубрик. У перекладі цю алюзію до «Сяйва» було пропущено, унаслідок чого втрачено й сам інтертекстуальний жарт.

Інтертекстуальні жарти у фільмі спираються на впізнавані культурні коди, що провокують реакцію аудиторії не лише через гумор, а й через знання масової культури; відсилку до «Сяйва» змінює ще один метажарт, пов'язаний із сучасною попкультурою:

Весь цей час я ніби була уві сні, в якому я по-справжньому захопилася режисерською версією «Ліги справедливості».

It's like I've been in a dream where I was somehow really invested in the Zack Snyder cut Justice League (1, 01:16:17).

Якщо алюзії до «Сяйва» чи «Космічної Одіссеї» апелюють до так званої «класики світового кінематографу» та зрозумілі насамперед любителям кінематографу, то тут апелювання спрямоване на протиставлення «жіночого» проти «чоловічого» — Барбі захопилася «Лігою справедливості», «чоловічим» фільмом, тільки тоді, коли їй промили мозок патріархальними ідеями.

Вартою уваги також є референція до лялькового бренду «Братц» (Bratz), вербалізована у зверненні Глорії до Саші:

Привіт, кролику Бу-Бу.

Ні, Bunny Boo-Boo (1, 00:44:15).

Персонажку на ім'я Саша (Sasha) називають Bunny Boo-Boo, що своєю чергою відсилає до персонажки «Братц» на ім'я Саша — її прізвиськом у контексті бренду є Bunny Boo.

Вау, рідна гавань!

Wow, the mothership! (1, 00:45:00)

Радісний вигук Барбі апелює до науково-фантастичних фільмів, у яких образ материнського корабля (mothership) пов'язано з інопланетними базами. У контексті стрічки цим словом названо головний офіс Mattel, із чого можна зробити висновок, що компанія в іронічному контексті прирівняна до інопланетної сили, що вона керує всім із висоти; так, фільм підкреслює абсурдність та монументальність корпоративної структури корпорації.

Її привид займає офіс на 17-му поверсі.

Her ghost keeps an office on the 17th floor (1, 01:40:41).

Ця фраза є комічною містифікацією образу Рут Гендлер — іронічне уявлення про її привид у штаб-квартирі Mattel є алюзією на кліше привидів у старих будівлях і водночас на архетип «примарного творця», який досі «спостерігає» за своїм творінням. Так, це ще один приклад культурного змішування жанрів, що є характерною рисою фільму; у цьому випадку — готичний міфологічний образ поєднується з корпоративною сатирою.

Отже, український дубляж «Барбі», як і оригінал, багатий на метакомічні, пародійні й автореферентні елементи, що свідчить про тонкий зв'язок фільму з культурним контекстом і, відповідно, вимагає відповідних перекладацьких

стратегій, які не лише передаватимуть зміст, але й зберігатимуть стилістичну іронію, сатиру та метамодерну гри, що вони властиві вихідному тексту.

2.3. Класифікація перекладацьких трансформацій за рівнем культурної адаптації

У цьому підрозділі ми наводимо системний огляд прийомів, застосованих в українському дубляжі стрічки «Барбі» для відтворення культурно забарвлених одиниць. На основі корпусного аналізу відібраних фрагментів ми виокремили чотири рівні трансформації, котрі варіюються від дослівного збереження власних назв або термінів до глибокої локалізації з заміною референтних культурних реалій. Кожну зі стратегій розглянуто в окремому пункті. Такий класифікаційний підхід дозволяє простежити, як перекладачка балансувала між прагненням до відповідності тексту оригіналу та необхідністю зробити гумор і культурні референції зрозумілими і виразними для вітчизняної аудиторії.

2.3.1. Культурна адаптація онімів

У ході дослідження увагу приділено стратегіям, властивим для перекладу й адаптації для української аудиторії онімів, уживаних у фільмі. Ми виокремили 20 онімів, серед яких антропоніми (власні імена персонажів), хрематоніми (назви компаній, брендів), хороніми (умовно, як назви просторових утворень), топоніми (географічні назви).

Переклад онімів у фільмі «Барбі» відбувається здебільшого за стратегією транслітерації, що характерна збереженням оригінальної форми імені та форенізацією. Так, імена персонажів стрічки (антропоніми) подано в дубльованому варіанті як Барбі, Кен, Глорія, Саша, Аллан, Мідж, Скіппер, відповідно до Barbie, Ken, Gloria, Sasha, Allan, Midge, Skipper у вихідному тексті. Цей прийом можемо спостерігати і коли йдеться про ім'я творчині ляльки Барбі, яка виступає другорядною персонажкою: Ruth Handler в оригіналі

перетворюється на Рут Гендлер відповідно до чинної транслітерації імен з англійської мови.

Персонаж Вілла Феррелла у фільмі не має конкретного імені, натомість його називають Mattel CEO, що в перекладі відбите як Генеральний директор Mattel — у цьому випадку переклад буквальний, а не транслітерований. Інша назва цього персонажа, Містер Маттел, як його називає Барбі-президентка в одній зі сцен (01:37:58), поєднує в собі транслітерацію та форенізацію — у цьому випадку перекладачка надає перевагу новішому запозиченню з англійської мови, «містер», над більш усталеним в українській мові варіантом «пан».

Ім'я *Weird Barbie*, на противагу до попередніх, адаптоване частково — частина *Weird* передана як «Дивна» (за аналогією до Стереотипної Барбі, Барбі-президентки, Барбі — Нобелівської лавреатки тощо, де всі описові частини імен перекладені), тоді як *Barbie*, як і в усіх жительок Барбі Ленду, транслітероване. У такому випадку можемо говорити про часткову локалізацію антропоніма.

Так само частково локалізоване й пестливе ім'я *Bunny Boo-Boo*, яким Глорія називає Сашу, свою доньку. В українському дубляжі воно перетворилося на Кролик Бу Бу — перша частина перекладена дослівно, як у випадку з Дивною Барбі, проте друга частина транслітерована. Однак, на відміну від Дивної Барбі, у цьому випадку втрачається певне семантичне значення, яке має слово *boo* в англійській мові — «небайдужа людина, як-от хлопець, дівчина чи близький друг» [38]. У контексті родинних стосунків між двома персонажками цілком природнім видається припущення, що *Boo-Boo* тут має саме таке значення; відповідно, дослівна транслітерація в українському перекладі його нівелює.

Так само знівельовано й референцію, закладену в ім'я цієї персонажки: Сашу не даремно названо *Bunny Boo-Boo* в оригіналі — це культурна відсилка до ляльки *Bratz* із подібними іменем і псевдонімом (*Sasha* та *Bunny Boo* відповідно). Проте, оскільки ляльки *Bratz* не мали та не мають офіційної репрезентації на території України, переклад зі збереженням референції до

фонових знань аудиторії видається складним і навіть певною мірою неможливим завданням — фонові знання української аудиторії про цей ляльковий бренд фрагментарні та не закріплені в українському культурному просторі.

Транслітерацію також залучено в перекладі хрематонімів на позначення назв бренду — Barbie та «Барбі» — та компанії — Mattel та «Маттел». Окрім того, у деяких випадках назва компанії лишається неперекладеною взагалі, а графічно вона подана латинкою.

Хороніми та топоніми у фільмі передано здебільшого крізь адаптацію. Так, Barbie's Dreamhouse перетворюється на Будиночок Барбі, а Weirdhouse, помешкання Дивної Барбі, — на Дивний Будинок. В обох випадках певною мірою втрачено перлокутивний ефект, що його закладено в оригінальні назви: Dreamhouse («будинок мрії») став просто будиночком, без будь-якого описового аспекту, а в перекладі Weirdhouse, відповідно, втрачається гра слів, яку можна прослідкувати у вихідному тексті: будинок Дивної Барбі названо саме Weirdhouse тому, що канонічний будинок Барбі зветься Dreamhouse. Така гра слів є неперекладною в українському контексті, зокрема через неусталеність концепту «Будиночок Барбі» в українському лінгвокультурному просторі.

З-поміж усіх онімів виразним є хоронім Ken's Mojo Dojo Casa House, що його адаптовано крізь культурну адаптацію та доместикацію як Кенова мачо-хлопчача кайфохата. Серед усіх онімів, саме тут найповніше розкрито творчий потенціал перекладача в контексті перекладу гумору, що неодмінно впливає і на сприйняття цільового тексту аудиторією. Цільовий хоронім, хоч і повністю відрізняється структурно та семантично від оніма мовою оригіналу, вдало поєднує культурний контекст українськомовного суспільства з внутрішньою логікою, закладеною в мислення персонажа: спільними для обох варіантів хороніма є поєднання римованих елементів (Mojo Dojo і мачо-хлопчача), проте український відповідник більшою мірою залучає слова, гендерно марковані як маскулінні («мачо», «хлопчачий»), певною мірою контекстуально сюди можна

зарахувати також «кайф»)), тоді як у вихідній мові акцентовано на тавтології — в англійській мові *casa* є іспанським запозиченням, поширеним як назва чиєїсь оселі, відповідно, *casa house* є надлишковим поєднанням. Якщо вихідний хоронім побудовано на тавтології та контрастові між мовами та регістрами (англійською, іспанською, сленгом), то в цільовий закладено стилістичний і лексичний контраст і гру зі стереотипами про маскуліність.

Останньою групою онімів, які ми розглядали, були топоніми, яких ми виокремили всього три — Барбі Ленд, Реальний світ і Лос-Анджелес. Кожен із цих трьох онімів має свої адаптаційні особливості; так, Барбі Ленд (можливе також написання «Барбіленд»), хоча в субтитрах, якими в стрічці передано написи на екрані, переважає саме варіант написання нарізно; задля забезпечення послідовності ми використовуємо варіант «Барбі Ленд») є транслітерованою назвою всесвіту, у якому живуть ляльки Барбі (у вихідному тексті він зветься *Barbie Land*); Реальний світ — буквальний, дослівний переклад назви *Real World*, тоді як Лос-Анджелес є усталеною формою відтворення англійського топоніма *Los Angeles* у межах української мовної системи.

Важливо також зазначити, що протиставлення Барбі Ленду та Реального світу експлікує наративні функції, притаманні цим двом вимірам: Барбі Ленд — фантастичний, навіть фентезійний умовний простір, відмінний від реальності, тоді як Реальний світ демонструє «справжні» соціальні ієрархічні структури.

Значущим є і той факт, що в українському варіанті назви Барбі Ленду можна віднайти певну іронізацію, якої топонім набуває саме в українському контексті: англійська назва *Barbie Land* імітує назви справжніх країн світу, наприклад, *Scotland*, *Ireland*, *Iceland* тощо, проте Барбі Ленд можемо ототожнити радше з назвою парку розваг «Діснейленд», аніж із названими країнами — за аналогією до Шотландії, Ірландії та Ісландії *Barbie Land* мав би зватися Барбіландією, щоби український глядач сприйняв цей локус за справжню країну.

Ця тонка деталь лише підкреслює іронічну штучність і неусвідомлену фантастичність цього світу.

Аналіз у фільмі показав, що в ході адаптації власних назв використано низку перекладацьких стратегій, на які впливають мовні норми, культурні референції та очікування цільової аудиторії. Найвикористовуванішою серед них лишається транслітерація, найбільш уживана в контексті антропонімів і хрематонімів, за якої збережено впізнаваність та фонетичну наближеність до вихідних назв. Випадки часткової адаптації підкреслюють проблеми збереження культурного конотативного значення та намагання перекладача зберегти наративну цілісність. Більш складні стратегії виникають за перекладу хоронімів і топонімів, де український еквівалент вимагає не дослівного відтворення оніма, але й культурної адаптації гумору, закладеного в його семантиці.

2.3.2. Локалізація

У стрічці локалізація здебільшого зосереджена на перекладові назв, які ми не виокремлювали серед переліку онімів. Насамперед це стосується загальних назв або специфічних найменувань.

Загальні назви у фільмі передано з урахуванням гендерних відмінностей між англійською й українською мовами. Так, найменування різних Барбі, які є здебільшого описовими, відтворено за допомогою фемінітивів:

А зараз поверніться до Барбі поряд. Скажіть, що любите її. Похваліть її. Барбі-репортерко, починайте.

Everybody, turn to the Barbie next to you, tell her how much you love her. Compliment her! Reporter Barbie, you can ask me any question you want (1, 00:06:43).

Як бачимо, тут Reporter Barbie передано саме як Барбі-репортерка, а не Барбі-репортер. Таку формулу адаптації назв різних персонажок у фільмі збережено послідовно, за винятком єдиної фрази:

Барбі: О, і у нас жінка-президент. А ще розваги, робота і дівоча дружба цілодобово.

Саша: А гігантські руки граються тобою?

Барбі: Ні, це божевілья.

Barbie: Oh, and we have a female president and it's fun and work and friendship and female 24/7.

Sasha: Do giant hands come to play with you?

Barbie: No, that's crazy (1, 00:56:31).

У цьому випадку замість лаконічного «президентка» спостерігаємо вибір на користь аналітичного «жінка-президент». В українській мові фемінітиви виконують функцію ідентифікації статі персонажа, про якого йдеться, тож «жінка-президент» вибивається з усталеної системи локалізації стрічки, що загалом тяжіє до активного використання синтетичних фемінітивів; можливою мотивацією використання саме аналітичної форми може бути прагнення зберегти акцент саме на гендерній ознаці — в оригінальній фразі йдеться саме про *female president* у контексті ситуації, де керівні посади мають виключно жінки. Оскільки англійська мова в багатьох випадках тяжіє до гендерної нейтральності та не розрізняє між іменниками на позначення професій жіночого та чоловічого роду, український переклад вимушений робити вибір між збереженням цієї нейтральності чи акцентуванням крізь фемінітивну форму. Так, обрана стратегія перекладу — аналітична форма замість синтетичної — дозволяє прямо відобразити слово *female* з вихідного тексту, яке і виконує функцію маркера гендерної належності іменника *president*, що сам по собі є гендерно-нейтральним. Така локалізація не лише відтворює зміст оригінального висловлення, але й підкреслює соціально-культурний акцент на образі жінки в лідерській позиції.

За допомогою локалізації передано також назви вигаданих ляльок Барбі, як-от у наступних прикладах:

Це Барбі, яка весь час думає про смерть. Барбі з вираженим целюлітом. Заклякла від сорому Барбі.

It's Irrepressible Thoughts of Death Barbie. Full Body Cellulite Barbie. Crippling Shame Barbie (1, 00:35:44).

Отже, дітки, презентуємо вам нову Барбі в депресії!

Okay, kids, it's time to run out and get the new Depression Barbie! (1, 01:07:31)

Може, ти Самозневажлива Барбі?

Maybe you're Self-Effacing Barbie? (1, 01:42:08)

У цьому випадку, оскільки цих Барбі не існує в реальності, перекладачка мала творчу волю щодо перекладу цих назв. Це уможливило адаптацію назв вигаданих ляльок відповідно до норм і стилістики української мови зі збереженням комічного ефект вихідних назв.

Наприклад, Irrepressible Thoughts of Death Barbie передано як «Барбі, яка весь час думає про смерть» — цей переклад не є дослівним, проте назву передано максимально зрозуміло для української аудиторії та з дотриманням синтаксичної природності української мови. Аналогічно, Crippling Shame Barbie перетворилася на «Заклякл[у] від сорому Барбі»; ця фраза має емоційне забарвлення, що влучно відтворює не лише зміст оригінальної назви, а й гіперболізацію, властиву первісній лексемі.

Особливо вартим уваги є переклад Depression Barbie як «Барбі в депресії». Тут поєднано синтаксичну простоту та стилістичну відповідність — фраза «Барбі в депресії» звучить природно для української мови (хоча й очевидно відрізняється від англomовної назви) і зберігає пародійність, властиву рекламі вигаданого товару.

Переклад *Self-Effacing Barbie* як «Самозневажлива Барбі» свідчить про уважний добір лексеми: слово *самозневажлива* адекватно передає контекстуальний зміст англомовної лексеми *self-effacing*.

Дещо інша ситуація постала з наступними назвами, позаяк ідеться вже не про вигадані, а про реальні найменування елементів одягу Барбі, які фігурували в рекламних роликах:

Барбі! І забори свої дівчачі шмотки з собою! Свої блискучі штани Діско Барбі, і свій костюм для танців на льоду із пишною спідницею. Для снання свою піжаму з Амстердама не забудь. І свої штанці-палацо з принтом огірки!

Barbie! Take your lady fashions with you! Take your Celebrate Disco Bell Bottoms. And your Ice Capades Pretty Practice Suit and Dazzling Show Skirt. Your Pajama Jam in Amsterdam sets. And your Pretty Paisley Palazzo Pants! (1, 01:04:57)

Як описано раніше (у п. 2.2.4), усі назви, за винятком *Pretty Paisley Palazzo Pants*, є реальними; проте жоден із цих товарних найменувань не був офіційно представлений на українському ринку, що обмежило можливість спирання на усталені або референтні українські назви в умовах перекладу. Відповідно, підхід до відтворення цих назв створює простір для творчої волі, яка дозволила локалізації звучати природно, емоційно й водночас іронічно. Так, наприклад, *Celebrate Disco Bell Bottoms* перетворено на «блискучі штани Діско Барбі», а *Pajama Jam in Amsterdam* — на «піжаму з Амстердама», де ключові стилістичні маркери збережені, але подані в зрозумілій для українського глядача формі. У випадку *Pretty Paisley Palazzo Pants* з'являється творча заміна — назва «штанці-палацо з принтом огірки» вдало передає суть візерунка (орнаментальна композиція *paisley*, «пейслі») через знайому українському споживачеві асоціацію з «огірками» (одна з українських назв цього орнаменту — «індійський огірок»).

Отже, локалізація супроводжується не буквальним перекладом, а творчою адаптацією, що вона передає не тільки зміст, але й емоційний, іронічний або сатиричний настрій. Це приклад вдалої локалізації, де умовність вигаданого бренду дозволяє гнучко маневрувати між формальною точністю та креативністю.

2.3.3. Культурна адаптація та заміна культурних реалій

До категорії культурної адаптації належать реалії побуту, історичні, соціальні, географічні, релігійні чи інші культурні посилення, що є специфічними для певної спільноти. У межах вибірки мовних одиниць, що ми зараховуємо до цієї категорії, ми виокремили уривків (висловлювання, речення, фрагменти діалогів) із фільму «Барбі», що вони містять культурну адаптацію, заміну культурних реалій або її відсутність.

Так, заміна вихідною культурної реалії іншою культурною реалією в цільовому тексті репрезентована п'ятьма фрагментами. У першому ми спостерігаємо заміну англomовної ідіоми на вільне словосполучення, що змістовно відтворює сенс ідіоматичного виразу:

І хто я така, щоб руйнувати їхні уявлення?

Who am I to burst their bubble? (1, 00:03:47)

Тут перекладачка свідомо відходить від калькування, тобто відтворення виразу як «луснути їхню бульбашку», оскільки такий варіант звучав би неприродно та незграбно в контексті української мови та не відповідав би усталеній українській фразеології. Водночас, замість еквівалентного ідіоматичного виразу, наприклад, «повернути на землю», перекладачка надає перевагу семантично відповідному перекладові задля досягнення динамічної еквівалентності, тобто передати функційне навантаження вислову, а не лексичну форму.

В іншому прикладі фразеологізм з'являється там, де його не було у вихідному тексті:

Зуб даю — злякався. І зуб даю, вона тебе не кликала.

I bet you're scared. And I bet she doesn't even want you to go (1, 00:24:40).

У цьому фрагменті перекладачка вводить фразему «зуб даю» як відповідник до «I bet». Добір такого ідіоматичного відповідника акцентує на впевненості та викликові, а також додає етнічної колоритності та емоційності.

Кен: Я побився об заклад із Кеном, і я хочу бути таким крутим, як і він.

Барбі: Кен не крутий!

Кен: Для мене — крутий.

Ken: I made a double bet with Ken, and you can't make me look uncool in front of Ken.

Barbie: Ken's not cool!

Ken: He is to me (1, 00:26:20).

У цьому ж діалогові фразу «I made a double bet» знову передано крізь фразеологізм замість буквальної «подвійної ставки», але вислів тут відрізняється від попереднього прикладу — у цьому контексті вжито більш відповідний до ситуації вираз «побитися об заклад», що миттєво активує уявлення про суперництво. Крім того, друга частина речення («and you can't make me look uncool in front of Ken») передано як «і я хочу бути таким крутим, як і він», що зберігає логіку побудови думки і одночасно уникає зайвої складності.

У сукупності цей фрагмент демонструє, як заміна культурної реалії крізь загальноновживаний фразеологізм слугує водночас семантичній ясності та стилістичній природності — діалог звучить органічно для українськомовного глядача.

До заміни культурної реалії ми також зараховуємо вислів «маленька бабуся – метр у кепці», який є відповідним до a five-foot-nothing grandma (1, 01:40:44). Тут перекладачка не лише відтворює зміст оригінального висловлення, але й адаптує емоційну характеристику мовиці. У вихідному тексті фраза «a five-foot-nothing grandma» містить іронічний підтекст про мініатюрність, а українська репліка «маленька бабуся – метр у кепці» додає стилізований образ («у кепці»), що підсилює комічний ефект і створює в уяві глядача яскраву метафору. Так, цей прийом репрезентує заміну культурної реалії кризь впровадження локального образу, який є зрозумілим для українського слухача, і завдяки якій фраза звучить динамічно та образно.

Я люблю вас, леді.

Ah, I love you guys (1, 00:06:56).

У цьому випадку заміна «guys» на «леді» вирішує відразу декілька завдань. Насамперед, точна передача нейтрального відтінку лексеми «guys», яка в англійській мові є універсальним звертанням до групи людей та не залежить від статі, в українській мові є непростим завданням через притаманну українській мові граматичну родову категорійність. Оскільки образ Барбі асоціюється з жіночністю, адаптація «guys» лексемою «леді» є мотивованим рішенням і водночас відповідає корпоративному стилю спілкування персонажки (фразу промовляє Барбі-президентка).

У висловах, які ми зараховуємо до категорії збереження культурної реалії, перекладачка зберігає власні назви й географічні локації без змін або з незначним графічним пристосуванням з огляду на традиційне відтворення географічних назв в українській мові — вони є універсально зрозумілими та не втратять свого сенсу в українському контексті.

Насамперед ім'я персонажа та назва місцевості передані дослівно:

Таке вже було. Я чув, років десять тому на ім'я Скіппер приїхала до якихось людей у Кі-Вест, влаштувалася до них нянею і хотіла навчити трирічку серфінгу.

This happened before. I heard about ten years ago, a woman named Skipper turned up at some family's home in Key West. Asked to babysit the kids. She then tried to take their toddler surfing (1, 00:34:58).

Тут збережено англійське ім'я, Скіппер (Skipper), і назву міста у Флориді — Key West, яку адаптовано як Кі-Вест із дефісом за традицією відтворення англомовних полісонімів (назв міст). Це забезпечує збереження просторово-культурного контексту без втрати автентичності.

Згадка про «містечко у Швеції» також лишилася без змін:

Аарон: А Барбі Ленд — це як альтернативна реальність чи місце, де твоя уява...

Усі (хором): Так!

Аарон: Ясно.

Гендиректор Mattel: Уяви собі містечко у Швеції, Аароне Дінкінс.

Усі (хором): У Швеції!

Гендиректор Mattel: Так.

Aaron: Is Barbie Land like an alternate reality or is it like a place where your imagination...

Everyone: Yes!

Aaron: Okay.

Mattel CEO: Think of it as a town in Sweden, Aaron Dinkins.

Everyone: Sweden!

Mattel CEO: Right (1, 00:37:54).

Використання загальної географічної назви «Швеція» не потребує адаптації, адже це відома країна з усталеним образом, який не вимагає жодних пояснень для української аудиторії.

Офіційна назва навчального закладу зберігається у перекладі з калькуванням:

Поглянь! Школа імені Дейві Крокетта. Точно як у моєму видінні.

Look, Davy Crockett Junior High School, just like I saw in my vision (1, 00:38:20).

У цьому фрагменті діє стратегія калькування — прямого перекладу складових частин назви без зміни структури. Назву Davy Crockett Junior High School передано як «Школа імені Дейві Крокетта», що відповідає типовій моделі номінування навчальних закладів на теренах України. Оригінальний компонент Junior High School не перекладено буквально як «молодша середня школа», оскільки такий термін міг би ввести глядача в оману або звучати штучно. Натомість вибір на користь українського шаблону зберігає офіційність і водночас забезпечує функційну еквівалентність.

Категорія культурної адаптації об'єднує приклади, у яких вихідний вислів або граматичну структуру модифіковано так, щоби репліка була максимально природною для української мови, і при цьому загальний комунікативний намір і емоційний ефект було збережено. Усього в нашому аналізі виокремлено чотири таких фрагменти.

Так, фразу «What are you wearing?» передано як «Що ти нап'яв?» (1, 00:59:11), що демонструє лексико-стилістичну адаптацію: замість нейтральної

мови перекладачка вводить розмовне й оцінне дієслово «нап'яв», яке одразу надає висловленню іронічного, навіть осудливого тону, що повністю відповідає ситуації, де йдеться про дивакуватий смак у контексті вибору одягу.

Кен: Подаси мені пивко?

Барбі: Я нізащо не подаватиму тобі пиво.

Кен: Brewski beer me?

Barbie: I will not brewski beer you (1, 01:00:48).

У цьому діалозі вихідний текст містить уживання іменника beer у ролі дієслова, поєднане з лексемою brewski, що є сленговим позначенням пива. Український переклад не передає цієї словотворчої гри буквально, однак адаптує її функційно крізь розмовний вираз «подати пивко», що зберігає гумористичну інтонацію та структуру репліки. Так, оригінальну форму втрачено, проте зміст культурно адаптовано за допомогою гри з контекстом.

Кен Раян: А я вже встиг нализатися, як свиня!

Кен Кінгслі: І я п'яний, як свиня.

Ken Ryan: I'm so blotto-faced day-drunk right now.

Ken Kingsley: Ditto same-same that (1, 01:01:21).

У цьому фрагменті англомова репліка містить просторічне blotto-faced («дуже п'яний») і тавтологічне ditto same-same. Українська версія перетворює це на образний фразеологізм «нализатися, як свиня», а втрачена тавтологія фрази ditto same-same компенсується повторенням цього самого фразеологізму, що зберігає інтонацію та комізм ситуації. Отже, це приклад емотивної адаптації, де використано просторічну фразу, близьку українському слухачеві.

Яскравим прикладом інтертекстуальної і культурної адаптації є реклама «Барбі з депресією»:

Отже, дітки, презентуємо вам нову Барбі в депресії! Вона цілими днями ходить в спортивках, по сім годин гортає в Інстаграмі весільні фотки своїх колишніх подруг, поїдаючи шоколадні цукерки. І тепер у неї друге підборіддя. Вона вмикає «Бі-Бі-Сі», щоб подивитись «Гордість і упередження» по сьомому колу, поки не засне. Барбі з тривожністю, СДУГ і ОКР продаються окремо.

Okay, kids, it's time to run out and get the new Depression Barbie! She wears sweatpants all day and night. She spent seven hours today on Instagram, looking at her estranged best friend's engagement photos, while eating a family sized bag of Starbursts. And now her jaw is killing her. And she's going to watch Pride and Prejudice for the seventh time until she falls asleep. (Anxiety, panic attacks and OCD sold separately) (1, 01:07:31).

Американські реалії, як-от хрематонім на позначення жувальних цукерок Starbursts, замінено на узагальнення «шоколадні цукерки», що є зрозумілішим для ширшої аудиторії. Вислів *her jaw is killing her* адаптовано як «у неї друге підборіддя», що не є буквральним перекладом (оригінальне висловлення дає глядачеві можливість самостійно визначити причину, чому «її підборіддя її вбиває»), але передає один із можливих наслідків із іронією, ближчою до української культури.

Окрім того, ми також виокремили два фрагменти, у яких культурна адаптація лишилася нереалізованою. Насамперед ідеться про фразу «Oh, look! The Supreme Court», передану як «О, глянь! Верховні судді» (1, 00:29:11). Тут назву *The Supreme Court* передано дослівно як «Верховні судді», хоча в контексті сцени йдеться про конкурсанток «Міс Всесвіт», яких Барбі помилково сприймає за суддів, а не про суддів, із розрахунком на те, що глядач зможе впізнати помилку.

В іншому фрагменті, у якому Глорія каже: «Це як у середні віки з корінним населенням і віспою. Вони були беззахисні проти неї» (1, 01:01:29), — збережено всі культурно-значимі історичні референції («корінне населення», «віспа») без жодного тлумачення або адаптації: іронічне порівняння ситуації в Барбі Ленді з ситуацією з корінним населенням у 1500-ті рр. лишається у своєму чистому вигляді, а глядач, відповідно, мусить миттєво впізнати ці реалії, аби комунікативна подія справді була комічною. Отже, тут знівельовано можливість посилити гумор через локальні алюзії чи більш знайомі українській аудиторії референції.

У підсумку, аналіз цих фрагментів виявив чотири стратегії культурної трансформації: заміни культурної реалії, дослівне збереження власних назв і локусів, культурні адаптації, відсутність адаптації як такої. Такий баланс стратегій забезпечує динамічну еквівалентність, автентичність та природність для української аудиторії.

2.4. Засоби вираження та відтворення гумору в контексті мультимодального гумору

Цей підрозділ зосереджено на аналізові засобів, якими гумор у стрічці твориться поза суто словом — за допомогою поєднання невербальних елементів із вербальною складовою для досягнення мультимодального ефекту. Водночас важливо врахувати й суто авдіальний вимір: інтонації, паузи, звукові та музичні цитати, які в окремих випадках набувають статусу комічних реплік. Розгляд цих різнорівневих виразних засобів дозволяє побачити, як фільм «Барбі» створює багатопланову, органічно інтегровану систему гумору, зрозумілу для глядачів із різним лінгвокультурним досвідом.

2.4.1. Мультиmodalний гумор в аспекті перекладу

Мультиmodalний гумор виникає завдяки поєднанню вербальних і невербальних компонентів висловлювання, тобто за рахунок діалогів, міміки, жестів, монтажу та інших як візуальних, так і аудіальних елементів.

Мультиmodalність у «Барбі» є чітко вираженою, адже сюжет наповнений ситуаціями, де іронічні репліки супроводжуються абсурдними чи гротескними образами, що посилюють комічний ефект. Насамперед мультиmodalний гумор проявляється як поєднання вербального гумору та буфонади. Суто буфонаду (без вербального компонента) ми описали в попередньому пункті цього підрозділу, проте фільм «Барбі» багатий і на гібридні буфонадні сцени, де влучні вислови лише посилюють комічний ефект, як-от критичний момент, у який Барбі падає на бік, при цьому акторка імітує рухи ляльки, і говорить:

Так низько я ще не падала. Емоційно і фізично.

This is the lowest I've ever been. Emotionally and physically (1, 01:06:54).

Так, лексеми «падала» та lowest у цьому контексті набувають подвійного значення: емоційне падіння підкреслене падінням фізичним. Поєднання цієї карикатурної дії та висловлення і впливають на формування реакції в аудиторії.

Ще одним прикладом є сцена з Кеном, який, щойно побачив Барбі за дверима, починає десь порпатися, намагатися щось десь знайти чи сховати, щось прибрати тощо (1, 01:21:35). Усі його намагання бачать як глядачі, так і Барбі, яку він намагається вразити, а кульмінацією стає фраза, яку він промовляє:

О, привіт. Я оце зачитався.

Oh, hey. You've caught me reading.

Далі в цій самій сцені Кен радісно викрикує та повертається до Барбі зі значно серйознішим тоном:

Нарешті!

<...>

Ну не знаю. Я маю подумати.

Sublime!

<...>

I don't know. I'm gonna have to think about that (1, 01:22:23).

Мультимодальність проявляється не лише в контексті інтонаційної різниці між двома висловлюваннями, але й через саму поведінку Кена: він намагається видатися якомога стриманішим і втримати надмірну емоційність. Бурхлива перша фраза змінюється пильним, майже непроникним поглядом. Цей розрив між інтонацією та невербальною мовою і стає джерелом гумору: рухи Кена радше нагадують спробу приглушити первісний ефект, але саме це приглушення миттєво зчитується та сприймається як гротескна, іронічна гримаса.

Ще один приклад мультимодального гумору, зосередженого на персонажі Кена, маємо в іншій сцені, де він говорить:

Одна леді навіть спитала, котра година.

One lady, she even asked me for the time (1, 01:02:26).

Похизувавшись цим, він здіймає обидві руки догори й показує численні годинники. Так, тон хвастоців доповнено комічним жестом-демонстрацією: підняття обох рук і, відповідно, задіяння всіх годинників, яких очевидно забагато, служить візуальним ударом по очікуваннях глядача. У такий спосіб образ Кена вкотре викликає сміх через явну гротескність ситуації.

Інший прояв мультимодального гумору — висловлення, що містять несподівані вирази, як-от «Ви колись думали про смерть?», що його питає Барбі посеред живої та веселої вечірки; як наслідок — музика спиняється, усі мовчать

і з подивом дивляться на Барбі. Щойно Барбі виправляється зі словами «Я до смерті люблю танці», музика починає грати знову, що свідчить про те, що вечірка продовжується (1, 00:13:37). Так, вербальну гру слів доповнюють музичний супровід і монтаж для досягнення комічного ефекту.

У діалозі між працівником Mattel у Реальному світі з гендиректором, який ми вже аналізували у зв'язку з культурною універсальністю, можемо також стверджувати про мультимодальність гумору:

Аарон: Можна я вам прошепочу це, сер?

Гендиректор Mattel: Гаразд. Шепочи.

Aaron: May I put it in a whisper, sir?

Mattel CEO: Fine. Whisper me (1, 00:36:33).

Комічного ефекту тут досягнуто як за допомогою фонових знань, здобутих у попередніх сценах стрічки, так і з огляду на дії, що йдуть слідом за висловленням, — потяг із шепотіння, що в такий спосіб доносять надважливу інформацію (Барбі опинилася в Реальному світі) до гендиректора.

Іншим характерним виразником мультимодального гумору є зв'язок із метагумором, який ми описували в п. 2.2.4. Так, сцена з Мідж містить іронію над історією бренду:

Мідж була вагітною подругою Барбі. О, не варто показувати Мідж. Mattel зняли її з продажу, бо вагітна лялька — це надто дивно.

Midge was Barbie's pregnant friend. Oh, let's not show Midge actually... she was discontinued by Mattel because a pregnant doll is just too weird (1, 00:06:15).

У контексті цього висловлювання цитата (пряма згадка реального історичного факту про ляльку Мідж) супроводжується операторською роботою,

що підсилює ефект метаіронії — вони настільки не хочуть показувати Мідж, що камера рухається якомога далі від неї, а Мідж, своєю чергою, намагається лишитися в кадрі.

У подальшому іронія щодо Мідж з’являється і в кінці фільму:

Це... О, Мідж. Боже. Думав, ми зняли її з продажу.

It’s... Oh. Midge. Gosh. I thought we discontinued her (1, 01:37:13).

Як і в багатьох випадках із буфонадою, тут персонажка характерно з’являється нізвідки, немов привид маркетингових помилок Mattel, а реакція гендиректора компанії (персонажа, якому належать наведені вище слова), виходить за межі суто вербального гумору: він нахиляється й спирається об паркан, ніби пережив шок, і цей жест підсилює комічний ефект за рахунок фізичної демонстрації розгубленості та емоційного перевантаження.

В іншій сцені Барбі-президентка вимовляє:

Так, бо це будиночки Барбі, довбо...

That’s because they’re Dreamhouses, mother... [bleep] (1, 01:32:02)

І тут мультимодальність проявляється насамперед завдяки візуально-звуковому оформленню цензурування лайливого слова: друга частина слова обценного слова motherfucker цензурована за допомогою звукового сигналу, а

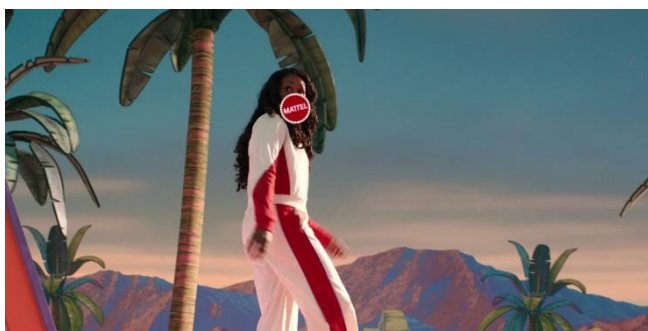


Рисунок 4. Цензурування лайливого слова

візуально обличчя персонажки перекрите логотипом компанії Mattel (див. рис. 4), що не лише працює на буквально-цензурування обценного слова, але й іронічно підкреслює, що будь-яка продукція Mattel створена

«для всієї родини», себто, батькам нічого перейматися про наявність нецензурної лексики. Так, мультимодальний гумор працює не лише в контексті доєднання аудиторії до чогось табуйованого (тут — обценної лексики в стрічці, яка має вікове обмеження PG-13 у США та 12+ в Україні) [3], а і як саморефлексивна іронія: сміх викликає не сам факт використання лайливої лексики, а свідоме зіткнення двох полюсів — «дорослої» мовної експресії й «дитячої» вимоги чистоти бренду.

Отже, мультимодальний гумор у «Барбі» заснований на органічному поєднанні вербальних і невербальних елементів, як-от діалоги (вербальна мова), міміка, жестикуляція персонажів, а також монтаж, музичний та інший звуковий супровід. Завдяки поєднанню цих елементів іронічні репліки набувають подвійного значення, їх підсилює гротескна буфонада. Різкі монтажні паузи, зупинка музики в момент вербалізації несподіваного питання або поєднання звукового сигналу й логотипа для цензури обценної лексики демонструють, як мультимодальність дозволяє залучити аудиторію до гри як із культурними, так і з брендовими табу. Саме такий синтез дозволяє досягти багаторівневого комічного ефекту, залучаючи до гумору глядачів із різним культурним, а також віковим досвідом. У ході перекладу мультимодального гумору перекладач мусить враховувати не лише лінгвістичний рівень висловлювання, а й невербальні складники, які можуть створювати додатковий шар гумору та, відповідно, формувати комічний ефект чи посилювати його. Це вимагає обізнаності з вихідним матеріалом, аналізу контексту, інтонації, акторської гри, візуального ряду, монтажу стрічки, щоби гумористичний потенціал в іншомовній версії було збережено. Так, збереження гри слів, відтворення комічного контрасту між реплікою та жестами, відтворення іронічної самоцензури у «Барбі» потребують творчих перекладацьких рішень, які враховують не лише мову, але й візуально-авдіальну складову.

2.4.2. Авдіальний гумор в аспекті перекладу

Окрему групу комічних засобів фільму становить авдіальний гумор, який функціонує крізь специфіку звукового супроводу, інтонації, голосових ефектів або музики. Іронія або метагумор у стрічці ризикують лишитися нерозпізнаними, якщо позбавити їх авдіального контексту, себто, не враховувати того, як і хто саме вимовляє фразу, який тон при цьому використано, чи бачить глядач мовця, чи він поза екраном.

Одним із найяскравіших прикладів авдіального гумору є фрагмент на початку фільму, коли оповідачка описує магічний плавний спуск Барбі з другого поверху будиночку на перший, перериваючи при цьому музичний супровід у вигляді пісні Pink, яку виконує співачка Lizzo:

Оповідачка: Ви використовуєте уяву.

Lizzo: Гей, я досі співаю!

Narrator: You use your imagination.

Lizzo: Hey, I was still singing! (1, 00:06:05)

Тут метакоментар Lizzo звернений до оповідачки, але опосередковано — і до глядача (персонажі несвідомі ні існування оповідачки, ні Lizzo). Він функціонує виключно в авдіальній площині: обидві мовиці — невидимі, і комічного ефекту досягнуто виключно за допомогою звуку. Взаємодія двох мовиць порушує традиційні межі нарації та музики, що, своєю чергою, створює момент самоіронії й відкидає фільмове самосприйняття як серйозної стрічки.

Вартим уваги також є той факт, що в українському перекладі репліку Lizzo не озвучено, її передано лише через субтитри (при цьому в авдіальній площині лишається оригінальна фраза, як і у фільмі вихідною мовою — «Hey, I was still singing!»), що зміщує модальність і частково нівелює авдіальний гумористичний ефект, особливо для аудиторії, яка не розуміє англійської мови та покладається на дубляж для розуміння змісту висловлювань.

Ще одним прикладом авдіального гумору є сцена в Дивному будинку, яка розгортається між Стереотипною Барбі та Дивною Барбі, коли перша зізнається у своїх думках:

Дивна Барбі: Хай там як, що було до цього?

Барбі: Та нічого... Лише друзі, пляж і волейбол.

Дивна Барбі: І це все?

Барбі: Думки про смерть.

Дивна Барбі: Повтори?

Барбі: У мене були думки про смерть.

Дивна Барбі: Думки про смерть?!

Weird Barbie: Anyway, what preceded this?

Barbie: Oh, nothing. A really fun game of volleyball.

Weird Barbie: That's it?

Barbie: Thoughts of death.

Weird Barbie: What is it?

Barbie: Maybe some thoughts of death?

Weird Barbie: Thoughts of death! (1, 00:20:34)

Комічний ефект у цьому фрагменті виникає не так із тексту, як із контрасту між голосами: тихою ремаркою Стереотипної Барбі («Думки про смерть») та гучним вигуком Дивної Барбі («Думки про смерть?!»). Авдіальність є ключовим аспектом цієї сцени — як комічність діалогу, так і його психологічну динаміку було би втрачено без інтонаційних відмінностей. Відповідно, саме інтонація робить момент несподіваним, а отже смішним.

До авдіальних прийомів слід також віднести іронічні музичні цитати. Наприклад, сцена «прозріння» Кена супроводжується тією самою

монументальною музикою, що звучить і на початку фільму, — симфонічною поемою Р. Штрауса «Так казав Заратустра» (1, 00:30:39). Цей фрагмент є водночас автореферентною пародією на початок самої стрічки й алюзією на фільм «Космічна Одісея 2001 року» Стенлі Кубрика. Вибір музики тут викликає іронічну двозначність: епохальне космічне одкровення замінене на Кенове поверхневе «прозріння» про патріархат. У цій самій сцені Кен навіть повторює рухи за чоловіками, за якими спостерігає, що викликає у глядачів алюзії з поведінкою мавп, які повторюють за людьми; проте гумористичний ефект від усієї сцени посилюється саме завдяки звуковому супроводу, що підкреслює перебільшену епічність і важливість ситуації.

Ці приклади демонструють, що авдіальний гумор у «Барбі» — це не просто частина фонового оформлення, а повноцінний інструмент створення комічного, іронії, пародії та метарефлексії, який діє крізь усі можливі авдіальні канали: вербалізовану мову (чи її відсутність), інтонацію, музику.

2.5. Роль субтитрування в контексті перекладу фільму «Барбі»

Цей підрозділ зосереджено на аналізі ролі, яку виконують субтитри як окремий канал відтворення змісту в мультимодальному тексті стрічки. Визначено функціональні випадки застосування субтитрування замість дубляжу, насамперед для відтворення змісту пісень, написів на екрані та фрагментів іншомовної мови, відмінної від основної мови фільму (англійської), а також проаналізовано прийоми, спрямовані на збереження або адекватну адаптацію смислового й емоційного навантаження вихідного тексту.

2.5.1. Субтитрування як засіб перекладу пісень

Переклад пісень у фільмі здійснено виключно за допомогою субтитрування, при чому, як було зазначено раніше, деякі речитативні фрази також передано за допомогою субтитрування, а не дублювання, якщо вони є елементами пісень («Hey, I was still singing!» (1, 00:06:05)). Окрім того, важливо

вказати, що характерною рисою субтитрування в «Барбі» є дослівне відтворення змісту пісні, а не намагання відтворити зміст еквіритмічно, як це мало би бути за перекладу фільмів жанру мюзикл.

У ході аналізу стрічки ми дійшли висновку, що субтитрування як засіб перекладу пісень виконано непослідовно; зокрема, субтитрами відтворено зміст текстів пісень Pink, Pink (Bad Day), Push та I'm Just Ken, у той час як пісні Dance the Night і What Was I Made For? — подано без будь-якого перекладу.

Серед названих пісень дві виконано безпосередньо персонажем у фільмі — Push та I'm Just Ken виконує Раян Гослінг, виконавець ролі Кена. З огляду на це, переклад тексту пісень є не лише мотивованим, але й необхідним засобом трансляції змісту, оскільки фактично ці пісні є висловленнями персонажа. Інші чотири звучать на фоні й не виконуються жодним із персонажів фільму.

Субтитрований переклад Pink та Pink (Bad Day), що їх обидві виконує співачка Lizzo, може бути мотивовано фактом того, що тексти цих двох пісень мають описи сцен, які розгортаються на екрані:

Якби це було справжнє дзеркало, ти б побачила
бездоганну посмішку.

If that was really a mirror, you'd see a perfect smile (1,
00:04:53)

Текст пісні корелює з тим, що відбувається на екрані: Барбі дивиться в пластикову рамку від дзеркала, подібну до дзеркала в ляльковому будиночку, й посміхається.

Аналогічна ситуація виникає в цьому випадку:

Ох, дівчинко, ти ціла?

Ooh, girl, you okay? (1, 00:17:00)

Фраза «Ooh, girl, you okay?» є частиною пісні та перекладена за допомогою субтитрів, у той час як авдіально її відтворено без змін. Окрім того, це висловлення прямо корелює з подіями на екрані: фраза звучить у відповідь на падіння Стереотипної Барбі.

Значущим також є той факт, що в першій пісні субтитрування подекуди пропущене. Зокрема, йдеться про проміжок 00:06:31–00:06:58, де співачка продовжує співати приспів, але субтитри не відтворюють текст пісні. Мотивувати відсутність субтитрування тут можна декількома аргументами. Насамперед, оскільки йдеться про приспів, тобто повторюваний елемент пісні, який уже звучав раніше, повторювання одного й того самого тексту може бути рудиментарним. Окрім того, на екрані в цей момент з'являються написи, які можуть перешкоджати субтитруванню пісні, зокрема, вступні титри з іменами та посадами людей, які брали участь у створенні фільму, а також субтитри, які відтворюють написи, які вже в цей момент з'являються на екрані (наприклад, дорожній напис *Women at Work / Careful Zone*; детальніше про відтворення написів з екрану див. п. 2.5.2).

З огляду на аналіз попередніх двох пісень, можемо припустити, що відсутність субтитрів до пісні *Dance the Night* (у виконанні Дуа Ліпи) мотивована тією самою аргументацією, що й мотивована їхня наявність у *Pink* та *Pink (Bad Day)* — *Dance the Night* лунає в сцені вечірки в будиночку Барбі, а текст цієї пісні не має великого значення для нарації. Відповідно, упущення є мотивованим і цілком логічним.

Більше питань у такому разі викликає упущення перекладу пісні *What Was I Made For?* (у виконанні Біллі Айліш), позаяк вона супроводжує ключовий емоційний епізод фільму, попри те, що звучить лише як фонова композиція. У сцені, коли Барбі здійснює екзистенційний вибір (лишитися лялькою чи стати людиною), авдіальний та візуальний ряд утворюють цілісну структуру, у якій авдіальна складова має смислове навантаження. Пісня *What Was I Made For?*

передає внутрішній стан героїні, рефлексію над власною сутністю, пошуком ідентичності та сенсу життя не лише за мелодійним, меланхолійним звучанням, але й за лірикою, що концептуально перегукується з основною темою стрічки — звільненням від нав'язаних ролей та переходом від об'єкта до суб'єкта. Відсутність субтитрованого перекладу цієї пісні зменшує потенційну глибину емоційного сприйняття сцени для українськомовної аудиторії, що може не володіти англійською мовою на достатньому рівні. Так, відмова від перекладу *What Was I Made For?* є суперечливою з погляду загальної логіки перекладацьких рішень у фільмі. На відміну від *Dance the Night*, яка є стилістичним супроводом до розважального епізоду, композиція Біллі Айліш має й чітко виражену сюжетно-сміслову функцію.

Отже, можемо зробити висновок, що субтитрування як засіб перекладу пісень у фільмі застосовано непослідовно. В окремих випадках текст пісні справді виконує важливу функцію — він відображає зміст сцени або безпосередньо передає сюжетно значущі висловлювання персонажів. Водночас відсутність перекладу інших пісень суперечить загальній логіці попередніх перекладацьких рішень. Так, обраний підхід до перекладу пісень через субтитри у стрічці потребує чіткішої диференціації між фоновими та сюжетно значущими композиціями та врахування їхнього смислового навантаження в межах фільмової наративної структури.

2.5.2. Субтитрування як засіб перекладу написів на екрані

Окрім пісень, субтитрування у фільмі широко використовуване для відтворення написів, які з'являються на екрані. Ми виокремили десять одиниць, де візуальний текст з екрану передано крізь субтитри.

Значущим також є той факт, що переклад написів на екрані застосовано значною мірою саме в сценах, які відбуваються в Барбі Ленді; із десяти виокремлених одиниць, лише одна стосується сцени в Реальному світі — напис

Only Executives / «Тільки для керівників», що він з'являється в штаб-квартирі Mattel у Лос-Анджелесі (1, 00:48:20).

У ході аналізу ми дійшли висновку, що субтитри, використані для перекладу написів з екрану, є змістовим та адаптованим до вимог української мови відтворенням сенсу, закладеного в оригінальні одиниці. Так, уже згадана вище фраза «Тільки для керівників» імітує вказівні написи, поширені в Україні.

Дослівно передано наступні мовні одиниці: Barbie Way як «Шосе Барбі» (1, 00:06:24), President як «Президентка» (1, 00:06:43), Cow Milk / Expired! як «Коров'яче молоко / Прострочене!» (1, 00:16:50), Real World / This Way як «Реальний світ / Сюди» (1, 00:26:49), та You Can Be Anything / Barbie як «Ти можеш бути ким завгодно / Барбі» (1, 01:07:58).

Дещо інакша ситуація виникає з перекладом напису Women at Work / Careful Zone, що його перекладено як «Жіноча бригада / Будівельні роботи» (1, 00:06:39). У цьому випадку спостерігаємо інтерпретацію оригінального висловлення замість дослівного перекладу; фраза Women at Work є інтерпретацією дорожнього знаку Men at Work, проте, оскільки в Барбі Ленді всі посади в усіх аспектах життя займають жінки, цей знак набуває феміністичного забарвлення. Переклад фрази як «Жіноча бригада / Будівельні роботи» зберігає основний зміст повідомлення і функціонує відповідно до українського мовного стандарту, однак втрачає алюзію, притаманну оригіналові.

Інші два приклади, де переклад було адаптовано — фрази Ken Fauxjo Mojo Mink, що передано як «Кенова мачо-хлопчача шуба» (1, 01:36:33), та I Am Kenough, що передано як «Я Кенодостатній» (1, 01:41:43). Ці приклади демонструють перекладацькі рішення, що тяжіють до творчої адаптації змісту, спрямованої на збереження характеру оригінальних висловлювань і відтворення гри слів українською мовою.

Перша фраза, Ken Fauxjo Mojo Mink («Кенова мачо-хлопчача шуба»), стилістично та концептуально віддзеркалює інший яскравий приклад мовної гри у фільмі, Mojo Dojo Casa House, який було передано українською як «Мачо-хлопчача кайфохата». Обидва вислови побудовані на навмисному нагромадженні слів зі схожим звучанням і значенням, що створює комічний ефект, і водночас слугують маркерами гіперболізованої маскулінної ідентичності Кена у період його самозатвердження.

Українські відповідники відтворюють цю мовну гру крізь використання розмовних та іронічних елементів: поєднання слів «мачо» й «хлопчачий» утворює ритмічну та стилістично цілісну конструкцію, а додавання слова «шуба» в перекладі субтитрованої фрази зберігає гумористичне перевантаження оригіналу, де Fauxjo Mojo Mink є мовно гіперболізованою конструкцією, що пародіює розкіш і мачизм. Подібно до «кайфохати», слово «шуба» у контексті є самоіронічним і підкреслює естетичну гіперболу, характерну для візуального стилю фільму.

Відтворення I Am Kenough як «Я Кенодостатній» демонструє один із викликів перекладу — відтворення мовної гри, заснованої на поєднанні власного імені з лексемою, що несе ключове смислове навантаження. У вихідному тексті неологізм Kenough є контамінацією імені Ken та прикметника enough («достатній»), що передає ідею самоцінності персонажа. Український переклад «Кенодостатній» зберігає структуру та передає смисл фрази — прагнення Кена відчувати себе повноцінним і цілісним попри зовнішні очікування, але звучить кострубато й менш природно для української мови. Такий неологізм може бути сприйнятий як штучний, що частково знижує емоційну проникливість оригіналу; проте в контексті субтитрування, де простір для творчих трансформацій обмежений, це рішення можна вважати вдалим компромісом між точністю, впізнаваністю персонажа та спробою передати мовну гру.

Окремої уваги заслуговують мовні одиниці, які не було передано субтитрами, яких ми виокремили п'ять. Чотири з них: Celebrate Disco Bell Bottoms, Ice Capades Pretty Practice Suit and Dazzling Show Skirt, Pajama Jam in Amsterdam, Pretty Paisley Palazzo Pants (1, 01:04:57) — з'являються у сцені, де Кен перелічує одяг Барбі. Усі ці назви супроводжуються їхньою вербалізацією, а отже, відсутність субтитрів у цьому випадку є цілком мотивованою: по-перше, ці фрази виконують декоративну, стилістичну функцію і не несуть критично важливої інформації для розуміння сюжету; по-друге, завдяки озвученню назв глядач уже отримує авдіальне уявлення про зміст, тож дублювання в субтитрах було би надмірним та могло створити візуальне перевантаження.

Натомість фраза Danger: Dirt and Debris (1, 00:28:30), що з'являється на попереджувальному знакові, який Барбі та Кен бачать, потрапивши до Реального світу, не має вербалізованого супроводу, а отже, її відсутність в українських субтитрах є радше упущенням. Її переклад міг би бути реалізований за допомогою короткої адаптованої фрази на кшталт «Обережно: пил і сміття», що відповідало б українській жанровій нормі попереджувальних написів.

Отже, аналіз візуальних мовних одиниць у стрічці свідчить про диференційований підхід до субтитрування: переклад застосовується вибірково, залежно від функційного навантаження фрази, її авдіовізуальної реалізації та значущості для сприйняття. Такий підхід загалом є виправданим із погляду перекладу, особливо в контексті мультимодального тексту, де зміст може дублюватися крізь кілька каналів.

2.5.3. Інші випадки використання субтитрування у фільмі

Три субтитровані одиниці у фільмі не вписуються до категорій перекладу пісень або написів з екрану, проте заслуговують уваги як приклади відтворення реплік, поданих мовою, відмінною від основної мови фільму.

Першим прикладом є вислів:

Через різне становище наших сімей будь-який союз між нами вважатиметься вкрай небажаним

Situation in our families is such that any alliance between us must be regarded as a highly reprehensible connection (1, 01:07:51)

Це фрагмент з телесеріалу «Гордість і упередження» (*Pride and Prejudice*, 1995), який у фільмі подано як вставне відео. Цю цитату з оригінального англomовного джерела вставлено у фільм без будь-якого видозмінення; утім, вона не відіграє визначальної ролі для персонажа, а слугує продовженням жарту про ляльку Барбі з депресією, яка «вмикає “Бі-Бі-Сі”, щоб подивитись “Гордість і упередження” по сьомому колу, поки не засне» (1, 01:07:31), отже, її не дубльовано, а передано українськими субтитрами.

Два інші приклади — діалоги Глорії та її чоловіка, які частково виголошено іспанською мовою:

Чоловік Глорії: Я дуже горджуся тобою.

Глорія: Пишаюся.

Чоловік Глорії: Пишаюся... Пишаюся тобою.

Gloria's Husband: Estoy muy orguoso de ti.

Gloria: Orgulloso.

Gloria's Husband: Orgulloso... Orgulloso de ti (1, 01:46:30).

Чоловік Глорії: Так ми зможемо.

Gloria's Husband: Sí, se puede (1, 01:46:46).

У цих випадках використання субтитрів замість дублювання є вмотивованим тим, що у вихідному матеріалі репліку виголошено іспанською мовою, що має гумористичне навантаження, позаяк ці фрази демонструють

зусилля персонажа у вивченні мови. Дубляж у цьому випадку нівелював би культурно значущий момент, тоді як субтитри дозволяють передати зміст, зберігаючи функцію іншомовного включення в оригіналі.

Ці приклади свідчать про виважений підхід до субтитрування фрагментів, виголошених іншими мовами: замість уніфікованого дубляжу переклад виконує інтерпретаційну функцію, що уможливорює збереження смислової, емоційної та культурної специфіки вихідного тексту. Такий перекладацький вибір сприяє автентичності персонажів та сюжетних ситуацій, а також демонструє чутливість до мультилінгвального контексту фільму.

2.6. Випадки спірних і компромісних перекладацьких рішень

У цьому підрозділі проаналізовано випадки спірних і невдалих перекладацьких трансформацій, що впливають на тон і функцію гумористичних висловлювань у фільмі «Барбі». Виокремлено три ключові категорії таких трансформацій: зміщення перлокутивного ефекту та модальності; компромісні рішення перекладача; омісії й упущення. Кожна з цих трьох категорій ілюструє, у який спосіб мовні та культурні особливості оригіналу модифіковано або втрачено в межах українського перекладу мультимедійного тексту.

2.6.1. Зміщення перлокутивного ефекту та зміна модальності

Трансформації, у результаті яких відбувається зміна перлокутивного ефекту та модальності оригінального висловлювання, є актуальним питанням перекладу кіно, зокрема в контексті аналізованої стрічки. Так, подібні трансформації можуть призвести до втрати жартівливого тону комедії або зміни регістру мови на більш чи менш формальний. Усього мовних одиниць, характерними рисами яких є зміщення перлокутивного ефекту та/або зміна модальності ми виокремили 14.

Насамперед, зміщення перлокутивного ефекту може виникнути внаслідок невідтворення експресивних елементів, як-от у прикладі:

Так, Барбі змінила все. А потім зробила це ще раз.

Yes, Barbie changed everything! Then she changed it all again! (1, 00:02:50)

В оригіналі цього фрагменту перша частина речення виголошена з ентузіазмом і підсилена повторенням тієї самої фрази, що й впливає на формування комедійного ефекту. Український переклад передає зміст висловлювання, але тон вислову стає стриманішим, а мова — різноманітнішою (пор. *changed everything* — *changed it all again* і «змінила все» — «зробила це ще раз»), що також впливає на комічне сприйняття вислову аудиторією.

Так само зміщення перлокутивного ефекту відбувається в наступному вислові:

Барбі може бути ким завгодно — отже, і жінка може бути ким завгодно.

Because Barbie can be anything, women can be anything (1, 00:03:16).

Тут переклад акцентує на індивідуальній здатності жінки, а не на жінках загалом, хоча вихідна фраза мала іменник саме у множині.

Якщо в ході перекладу іронія чи жартівливий тон нівелюються, це також є ознакою зміщення перлокутивного ефекту висловлення. Так, наступна пара висловлювань демонструє подібне зміщення:

Завдяки Барбі, усі проблеми фемінізму та рівних прав було вирішено. Принаймні, самі Барбі так думають.

Thanks to Barbie all problems of feminism and equal rights have been solved! ...At least that's what the Barbies think (1, 00:03:33).

Вихідна фраза містить іронічний натяк на перебільшення ролі Барбі, тоді як український переклад відтворює сенс висловлювання, проте використовує сухіший тон. Аналогічно саркастичні елементи висловів зникають: англомова репліка «Right as always», що містить іронію, передана нейтрально крізь «Та я в курсі», що знижує саркастичний підтон (1, 00:14:56). Повторні або емпатичні слова втрачають силу:

Мені нудно. Ти відстійна. Це відстійно.

I'm bummed. That's a bummer. You're a bummer (1, 00:22:51).

Український варіант тут передає загальну незадоволеність, але втрачається ефект триразового повтору лексеми *bummer*. Подібні зміни можемо спостерігати і в інших уривках, як-от названа раніше ідіома *to burst one's bubble*, передана як «руйнувати уявлення» (1, 00:03:47), де подано значеннєвий переклад, проте використаний в українському дубляжі вислів уже не є ідіоматичним. Так, у перекладі комічних фраз інтонаційна виразність часто спадає, що змінює перлокутивний ефект.

Аналогічно замінюються невідтворні каламбури; наприклад, фразу «Bet you can't do a flip like that, Ken!» еквівалентно передано як «Закладаюся, тобі слабо, Кене» (1, 00:13:11), але перша лексема перестала бути грою зі значенням лексеми *flip*. Інший приклад — гра слів у «I'm just dying to dance!», де англомове *dying* (букв. «вмираю») має іронічний підтекст, а український варіант «Я до смерті люблю танці» передає лише буквальний зміст (1, 00:13:37). Як наслідок, перекладачка мала вдаватися до компенсаторної адаптації задля збереження каламбуру.

Окрім того, у перекладі фільму «Барбі» подекуди змінюється емоційна інтенсивність та риторика висловлювань — їхня модальність. Наприклад, гордовитий тон «I work very hard, so I deserve it» замінено на відносно

стриманішу фразу «Я так старалась, тож я гідна її» (1, 00:07:02). Байдуже ставлення Дивної Барбі до проблем Стереотипної Барбі, що відтворено у фразі «Fine, get cellulite. I don't care» передано як «Це твій целюліт, мені начхати» (1, 00:23:10). Переклад в цьому випадку використовує грубіший еквівалент «мені начхати», що робить відповідь категоричнішою. Також тут спостерігаємо зміну тону: «Fine, get cellulite» має пасивно-агресивний тон, тоді як «Це твій целюліт» тяжіє до нейтрального.

У репліці «Don't blame me. Blame Mattel. They make the rules» переклад так само стриманіший: «Я тут ні до чого, це Mattel. Це їхні правила» (1, 00:23:07), звужуючи відкриту провокацію. Іншим прикладом є переклад «I understand. I set myself up for that» — англomовне *set myself up* замінено більш філософським та піднесеним висловлюванням «Така вже моя доля» (1, 00:24:04). Така зміна тональності змінює і персону мовця та сприйняття ситуації; жарт стає жорсткішим або навпаки — більш нейтральним.

Зміщення перлокутивного ефекту та зміну модальності можемо спостерігати також у вислові «It is literally impossible to be a woman», що його відтворено як «У наш час майже неможливо бути жінкою» (1, 01:13:50). Тут слово *literally* («буквально») вказує на абсолютність і посилює означуване слово, а «майже», використане в перекладі, означає наближення, і відповідно, послаблює означуване слово. У той самий час вживання фрази «у наш час», якої немає в оригіналі, свідчить про намагання частково компенсувати зміщення модальності.

Дзеркальну зміну модальності та перлокутивного ефекту спостерігаємо і в наступному прикладі, який виголошує Кен:

І коли я йшов вулицею, мене поважали там за те, що я чоловік.

And when I walked down the street, people respected me
just for who I am (1, 01:02:16).

Вихідне висловлювання прямо не апелює до статі мовця — відсутні чіткі лексичні кореляти, за якими можна зробити висновок, що Кена поважали «за те, що [він] чоловік»; істинний сенс твердження і наявність такого імпліцитного значення є вартим дискусії, проте не можна стверджувати напевне про його наявність. Український переклад експлікує значення цього висловлення у грубіший спосіб, більш категорично, акцентуючи на «чоловічій» ознаці. Якщо семантика вихідної фрази імпліцитна, то цільовий текст робить її прямою та чіткою.

Нарешті!

<...>

Ну не знаю. Я маю подумати.

Sublime!

<...>

I don't know. I'm gonna have to think about that (1,
01:22:23).

У цьому висловленні емоційний вигук радості «Sublime!» замінено на «Нарешті!», що змінює емоційний відтінок висловлення. Вислів «Sublime!», який не має усталеного варіанту відтворення в українській мові, може бути інтерпретований як «Неймовірно!» — відповідно, переклад «Нарешті!» є радше тріумфальним вигуком.

Отже, у перекладі стрічки спостерігаємо зміщення перлокутивного ефекту та модальності висловлювань, що впливають на їхній тон, емоційність і стилістичні риси. Такі трансформації часто призводять до втрати іронії, гумору або зміни регістру.

2.6.2. Компромісні перекладацькі рішення

До категорії, названої перекладацькими компромісами, входять приклади мовних одиниць, у яких перекладачка жертвувала буквальністю задля відтворення загального змісту чи ритму висловлювання, унаслідок чого текст набував іншого відтінку або ставав нейтральнішим, але ідіоматичні чи фразеологічні особливості вихідного тексту було знівельовано.

Причинами для таких компромісних рішень могли бути зрозумілість висловлювання для українського глядача (з огляду на відмінності між американською й українською лінгвокультурами), а також збереження синхронізації рухів губ із озвучуванням текстом.

Водночас із суто мовного погляду використання фемінитива президентка виглядало би більш послідовним і природним у системі української мови, особливо з огляду на усталене вживання фемінитивів в інших фрагментах фільму. Отже, вибір аналітичної форми тут може свідчити про свідомий перекладацький компроміс між стилістичною точністю, прагненням до адекватності та прагматичним акцентом, що зумовлений контекстом репліки.

Так, переклад висловлювання «I work very hard, so I deserve it» як «Я так старалась, тож я гідна її» (1, 00:07:02) зумовлений насамперед вимогами ліпсинку: ближчим варіантом перекладу «I deserve it» була би фраза «я її заслужила», проте вислів, «я гідна її», використаний у фільмі, є коротшим і, вочевидь, більш вдалим варіантом перекладу.

Відсутність авдіального перекладу фраз «Hey, I was still singing!» та «Ooh, girl, you okay?», а натомість відтворення їх крізь субтитрування відповідно як «Гей, я досі співаю!» та «Ох, дівчинко, ти ціла?» (1, 00:06:05; 00:17:00) теж є компромісним рішенням — відсутність дублювання тут зумовлена тим, що ці фрази є частинами пісень. Так само вмотивованою є відсутність авдіального перекладу висловлювання зі вставки «Гордості та упередження» (1, 01:07:51).

Його так само передано за допомогою субтитрів, а не дубляжу, хоча й аргументація відрізняється: як зазначалося раніше, цитата не має визначальної ролі для когось із персонажів, а є лише продовженням жарту про «Барбі з депресією».

Кен: Повна дурість. Укладай у цінні папери, облігації, сі-ді.

Барбі: Ніхто зараз сі-ді не слухає.

Кен: О, золотце, ти така гарненька, коли дурненька. Але ні, йдеться не про музику. Сі-ді — це сертифікат про депозит.

Ken: That's totally wrong. You need treasury bonds, corporate bonds, CDs.

Barbie: No one has CDs anymore.

Ken: Oh, sweetheart, you are so cute when you're confused. But no, not music. CD stands for Certificate of Deposit (1, 01:19:19).

Тут компромісний варіант перекладу полягає в збереженні ключових понять, навіть якщо сама аббревіатура частково втрачається. Ця сцена є складною в контексті перекладу через аббревіатуру CD, що водночас позначає як фінансовий інструмент (certificate of deposit, «депозитний сертифікат»), так і цифровий музичний носій (compact disc, «компактний диск»). В оригіналі Барбі неправильно інтерпретує фінансову термінологію як цифровий музичний носій, а Кен, із поблажливою іронією, виправляє її. Переклад змістовно відтворює ці значення, проте гру слів частково втрачено через неприродність використання назви «сі-ді» на позначення депозитного сертифікату.

2.6.3. Упущення та омісії

Упущення та омісії впливають на сприйняття кінцевого продукту, адже призводять до втрати інформації, гумору чи конкретних

жанрових/контекстуальних деталей. Окрім того, у певних випадках вони можуть бути свідомими та мотивованими технічними або стилістичними причинами, або ж відсутністю еквівалентної реалії в цільовій мові.

Варто також зазначити, що в межах нашого дослідження, ми розмежуємо саме омісію як перекладацьку стратегію (відсутність перекладу якоїсь мовної одиниці є вмотивованою), у той час як упущення є незумисним пропущенням змістової одиниці та не має стратегічного обґрунтування. Іншими словами, омісія є свідомим вибором перекладача з огляду на жанр, функцію чи стилістику висловлювання, тоді як упущення свідчить радше про недогляд або втрату важливої інформації, яка могла б вплинути на повноту сприйняття тексту реципієнтом.

Зокрема, упущення та омісії характерні для мовних ігор (2 одиниці), музики (2 одиниці) та візуального тексту (1 одиниця). У двох сценах фільму акровірші, що складають слово pink (окрім останнього рядка й останньої літери), українською мовою передано крізь смислові еквіваленти, а не в акронімічній формі:

Він гарний	Він викликає паніку
Елегантний	Страх
Веселий	Огиду
І кльовий	І думки про смерть
P, pretty	P, panic
I, intelligent	I, I'm scared
N, never sad	N, nauseous
K, cool (1, 00:05:45)	K, death (1, 00:16:45)

Як бачимо, зміст відтворено точно, проте стилістичні прийоми оригіналу втрачені. З огляду на неможливість створення подібного акровірша в українській

мові (насамперед через невідповідність між фонетичною й еквіритмічною структурою англійського слова *pink* і українського «рожевий»), ми класифікуємо ці два випадки саме як омісії.

Що стосується музики — як і було описано в п. 2.5.1 нашого дослідження, пісні у фільмі «Барбі» не дубльовано, проте наявні українські субтитри. При цьому дві з шести композицій не мають жодного перекладу — *Dance the Night* і *What Was I Made For?* Якщо у випадку з першою піснею відсутність перекладу є мотивованою (як зазначалося, текст пісні не відіграє ключової ролі для сюжету), що свідчить про омісію, то відсутність будь-якого перекладу *What Was I Made For?* є радше упущенням, аніж свідомим стратегічним перекладацьким рішенням, позаяк ця композиція виконує важливу емоційно-сміслову функцію у фіналі фільму. Текст цієї композиції, що він перегукується з внутрішніми переживаннями головної героїні та підсилює загальне ідейне навантаження стрічки, є важливим компонентом, а отже, ігнорування перекладу цієї пісні знижує глибину сприйняття фінальної сцени для українськомовної аудиторії.

Упущення маємо також у пропущеному написі *Danger: Dirt and Debris* (1, 00:28:30). Фраза не вербалізована, до того ж усі написи дотепер були дубльовані українською у форматі субтитрів. Так, відсутність адаптованої фрази є упущенням.

Омісія характерна для відтворення каламбуру у фразі «*Looks like this beach was a little too much beach for you, Ken*», що його передано як «Схоже, пляжні розваги тобі не під силу, Кене» (1, 00:09:38). Оскільки рівень транспозиції частин мови в українській мові нижчий, аніж в англійській, це є омісією, натомість у дотичній фразі комічний ефект компенсовано за допомогою компенсаторного пояснення з евфемізованим підтекстом: «Годі, Кени! Не потрібно нічим міряться, хлопці», тоді як оригінальне висловлювання звучить як: «*Come on, Kens. Nobody's gonna beach anyone off*» (1, 00:10:02).

Кени, мені зараз здається, чи наші мачо-хлопчачі кайфохати дещо змінились?

Is it just my imagination, or did these Mojo Dojo Casa Houses just get dreamier? (1, 01:31:53)

Тут омісія спричинена грою слів, яку неможливо відтворити в українській мові: у фразі «did these Mojo Dojo Casa Houses just get dreamier» слово dreamier відсилає до назви будиночку Барбі, Dreamhouse. Через відмінності між англійською й українською мовами, а також відсутність репрезентації будиночку Барбі як окремого неологізму (чим і є назва Dreamhouse в англійській мові), відтворити гру слів з оригіналу неможливо.

Омісію також можемо спостерігати у виразі «Їй одній це не під силу», що він є українським відповідником до «Takes two to rip a portal» (1, 00:22:00). Оскільки в діалозі між персонажками вже було встановлено попередній фонівий контекст (портал між Барбі Лендом та Реальним світом, який головна героїня, Стереотипна Барбі, мусить закрити, щоби повернутися до свого нормального стану), ще одне згадування порталу в контексті української мови не є обов'язковим, а отже, узагальнення змісту речення є мотивованим.

Інший випадок омісії супроводжується компенсаторним творчим доповненням попереднього контексту:

Ось, випий пива. Щоб твоя луска не сохла.

Have a brewski beer. My big guy is thirsty (1, 00:57:56).

У цьому фрагменті переклад вихідної фрази не є дослівним, проте є контекстуально змістовим: фраза, яку Русалка Барбі говорить до Русалки Кена, не лише вдало адаптована, але й виводить саме цей вислів у мультимодальний простір, позаяк вербальний вислів реферує до візуальної характеристики персонажа-адресата.

В інших випадках ідеться про упущення, а не омісії. Зокрема:

А ну просвіти мене, Барб, чому промивання мізків не подіяло на тебе?

The fork in my soup is this, Barb. Why didn't the brainwashing work on you? (1, 01:11:28)

У цільовому тексті в цій парі висловлювань знівельовано ідіоматичну метафору, наявну у вихідній фразі, «fork in my soup». Український переклад передає зміст первісного висловлення, проте він не є ідіоматичним.

Хочеш посидіти тут, а я гратиму й дивитимусь тобі в очі чотири хвилини?

You want to sit here and watch me do it, while I stare uncomfortably into your eyes for four and a half minutes? (1, 01:24:41)

У цьому фрагменті упущення впливає на загальний тон висловлювання: фраза «I stare uncomfortably into your eyes» експлікує семантику незручності та напруженості моменту, що створює комічний ефект через свою надмірну прямоту. Її спрощене відтворення як «я гратиму й дивитимусь тобі в очі» нівелює іронічний підтекст, нейтралізує тон сцени та позбавляє глядача можливості повною мірою відчувати іронічне накладання атмосфери сцени, що відсилає до жанру романтичної комедії, і вербальних засобів, за допомогою яких формується комічний тон оригіналу.

Отже, хоча як омісії, так і упущення передбачають відсутність тієї чи іншої мовної одиниці у цільовому тексті, їхня природа різна: омісія є свідомим, вмотивованим рішенням перекладача, а упущення свідчить про втрату значущої інформації без стратегічного обґрунтування. Омісія часто зумовлена обмеженнями, накладеними через розбіжності між вихідною та цільовою мовами, культурними відмінностями або жанровими й стилістичними

особливостями аудіовізуального тексту. Упущення ж натомість призводять до послаблення смислових, емоційних або жанрових ефектів, як-от втрата іронії, гри слів чи інтертекстуальних алюзій.

Висновки до розділу 2

У ході дослідження сформовано корпус із 323 відповідних лінгвістичних одиниць англійською й українською мовами; до корпусу ввійшли діалоги, висловлення, фраземи, окремі лексеми та мультимодальні компоненти фільму «Барбі». На базисі корпусу визначено п'ять основних напрямів аналізу: типологію гумору, культурну адаптацію, особливості мультимодального гумору, субтитрування та оцінку невдалих перекладацьких рішень. Категорії виокремлено, спираючись на класифікації вітчизняних і зарубіжних науковців.

У межах типології гумору за категоріями ситуативної та мовності універсальності чи специфічності найбільшу групу становлять ситуативні універсальні жарти (36 одиниць), побудовані на абсурді й контрасті між очікуванням і реальністю. Унаслідок їхньої універсальності їхнє відтворення найчастіше передбачає дозвільну адаптацію, що уможлиблює збереження комічного ефекту без значних відхилень від вихідного тексту. Ситуативний культурно-специфічний гумор (19 одиниць), до якого входять алюзії на американські реалії та історію бренду «Барбі», вимагав творчої компенсації, якої досягнуто шляхом локалізації та добору еквівалентів, близьких українському глядачеві. Мовні універсалії, зокрема іронія й гіпербола, представлено 14 одиницями й відтворено точно завдяки мінімальним стилістичним корективам, а мовно-специфічний гумор, репрезентований 12 одиницями та характерний ідіоматичними виразами та культурно-маркованими мовними одиницями, відтворено у фільмі точно та з урахуванням лінгвокультурних відмінностей між українською й англійською мовами та культурами. Мовна гра, яка налічує 13 прикладів каламбурів і неологізмів, передана здебільшого за допомогою локалізаційних стратегій — зокрема через підкреслення ритму та звучання української репліки.

Переклад власних назв і термінів здебільшого здійснено дослівно, однак у конкретних випадках, коли повна калька втрачає сенс унаслідок

лінгвокультурних відмінностей між аудиторіями, обрано функціонально еквівалентні відповідники.

Відтворення змісту пісень виявилось непослідовним: більшість ключових композицій адаптовано за допомогою субтитрування, проте один конкретний приклад, пісню *What Was I Made For?*, залишено без перекладу, що позбавляє сцени частини емоційної глибини. Написи на екрані перекладені в більшості випадків: 10 із 15 одиниць відтворено змістово, п'ять одиниць не відтворено, у чотирьох із них відсутність субтитрування є стратегічно вмотивованим рішенням, що демонструє обережне ставлення до графічного матеріалу та прагнення передати його відповідно до норм української мови.

Що стосується мультимодального гумору, більшість жестів, візуальних жартів і темпоритмічних рішень дубляжу вдалося зберегти завдяки синхронізації рухів персонажів із українськомовною аудіодоріжкою, що дозволило не втратити основний комічний ефект, притаманний візуальним елементам фільму.

Водночас у ході аналізу перекладу стрічки виявлено низку перекладацьких рішень, які призводять до зміщення перлокутивного ефекту та зміни модальності висловлювань. Зокрема, виокремлено втрати експресивності окремих реплік, що може послабити сприйняття авторської іронії. Окрім того, зафіксовано п'ять упущень у відтворенні мовних ігор, музичних текстів і візуальних жартів, що також сприяє зменшенню загального гумористичного впливу низки сцен.

Отже, український дубляж стрічки «Барбі» загалом успішно відтворює ключові смислові та комічні елементи оригіналу завдяки збалансованому поєднанню дослівного запозичення, локалізації та творчої заміни лексичних і стилістичних одиниць. Утім, виявлені непослідовності вказують на потребу чіткішої методології відбору матеріалу для перекладу й системної диференціації між значущими й епізодичними елементами, що дозволить забезпечити якнайповніше відтворення іронії, сатири та метагумору, притаманних вихідному тексту.

ВИСНОВКИ

У межах нашого магістерського дослідження здійснено комплексний аналіз перекладу вербалізованого та невербалізованого гумору в українському дубляжі англomовного художнього фільму комедійного жанру «Барбі» (реж. Грета Гервіг, 2023), що уможливило формулювання низки ключових висновків.

Насамперед встановлено, що кінопереклад є особливим видом аудіовізуального перекладу (АВП), який передбачає адекватне відтворення змісту оригінального тексту з урахуванням ряду технічних, просодичних та культурних вимог. Дубляж відрізняється від інших видів АВП складністю своєї реалізації, позаяк вимагає відповідності до вимог ліпсинку (синхронізації реплік із рухом губ акторів), що, своєю чергою, зумовлює уважніший і більш специфічний добір лексичних, граматичних та інтонаційних засобів. Водночас субтитрування як вид АВП має обмеження, що спричинено діагональністю відтворення змісту (з усного мовлення на письмове), такі як неможливість відтворення діалектів і соціолектів, потреба усунення ознак усного мовлення, які можуть погано передаватися в письмовому форматі, а також необхідність удавання до омісій задля збереження технічної та графічної лаконічності субтитрів.

У практичному аспекті дослідження особливу увагу приділено аналізу перекладацьких трансформацій, застосованих у ході перекладу гумору, що є одним із найскладніших для відтворення елементів художнього дискурсу. Виявлено, що більшість жартів у вихідному (англomовному) тексті пов'язана з міжкультурними референціями, алузіями, грою слів, гендерною ідентичністю

персонажів, що потребувало не лише функційного підходу до перекладу, а й культурної адаптації цих елементів з урахуванням цільової лінгвокультурної аудиторії. У результаті аналізу встановлено, що в українському дубляжі переважають такі типи перекладацьких трансформацій:

- адаптація культурно-специфічних реалій (локалізація);
- евфемізація змісту в межах цензурних норм;
- експлікація змісту жарту для розкриття підтексту;
- гра слів та контамінація.

Застосування зазначених трансформацій зумовлено потребою збереження в цільовому тексті комічного ефекту та перлокутивного ефекту, властивих вихідному тексту. На прикладі українського дубляжу фільму «Барбі» доведено, що в сучасному українському кіноперекладі-дубляжі буквальний переклад жартів застосовується лише у виняткових випадках, коли структура української мови дозволяє відтворити гру слів або комізм без втрат задуму, закладеного у текст вихідною мовою.

Окрім того, проаналізовано гендерні аспекти перекладу, що є релевантними з огляду на соціокультурний контекст фільму. Встановлено, що перекладачка звертає увагу на ідентичності персонажів, уникає нейтралізації або стереотипізації жіночих та чоловічих ролей, прагне до збереження феміністського наративу, що він властивий оригіналові. Це засвідчує зростання чутливості перекладацької практики до соціально значущих тем, зокрема гендерної рівності.

У межах роботи також здійснено лінгвостатистичний аналіз, що дозволив об'єктивно зафіксувати кількісні параметри трансформацій та встановити найуживаніші типи перекладацьких рішень. У результаті цього встановлено, що домінантними є стратегії форенізації, якщо йдеться про власні назви, та культурної адаптації гумористичних референцій, алюзій, мовної гри й інших

культурно-обумовлених елементів, що відповідає очікуванням цільової аудиторії, сформованої в умовах інтенсивного розвитку дубляжу в Україні.

На підставі зіставлення двох версій стрічки встановлено, що дубляж студії «Постмодерн Постпродакшн» характерний високим рівнем професіоналізму та творчим підходом до вирішення лінгвокультурних проблем. Водночас окремі випадки свідчать про потребу чіткішої стандартизації підходів до перекладу гумору, особливо що стосується гри слів і референцій, які можуть не мати очевидного еквівалента в культурі реципієнта.

Важливим здобутком роботи є розроблення типології перекладацьких трансформацій гумору, яка може бути використана в подальших дослідженнях або викладанні перекладознавчих дисциплін. З огляду на актуальність дослідження кіноперекладу, результати дослідження мають прикладне значення для професійних перекладачів і редакторів дубляжу, які працюють зокрема з фільмами комедійного жанру.

Дослідження перекладу гумору в межах кіноперекладу-дубляжу та кіноперекладу-субтитрування відкриває широкі горизонти для подальших наукових праць. Перспективними напрямками є:

- компаративний аналіз дубляжу кількох мовних версій одного фільму, якщо такі існують;
- компаративний аналіз дубляжу та субтитрування одного фільму, якщо вони були виконані незалежно одне від одного;
- вивчення реакцій цільової аудиторії на різні типи перекладацьких рішень;
- дослідження перекладу гумору в окремих кінематографічних піджанрах, наприклад, анімаційних фільмах, стендап-комедії;
- подальша розробка автоматизованих засобів аналізу аудіовізуальних перекладів;

– вивчення ролі перекладача як медіатора культурного змісту у фільмах, що мають виразне ідеологічне або соціальне навантаження.

Оскільки сучасна українська школа кіноперекладу досі перебуває на етапі формування, подібні дослідження мають не лише теоретичну, а й культурологічну цінність. Вивчення й аналіз невербалізованих і мультимодальних проявів гумору може стати базисом для подальших досліджень у галузі лінгвістичної прагматики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреева І. О. Мультимодальний аналіз дискурсу: методологічна основа та перспективи напрямку. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2016. Т. 2, № 7. С. 3–8.
2. Баранова С. В., Трофименко А. В. Проблеми перекладу форм комічного українською мовою (на матеріалі англomовних телесеріалів). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2019. Т. 3, № 40. С. 62–65.
3. Барбі. *Кінобаза*. URL : <https://kinobaza.com.ua/titles/barbie-2023> (дата звернення: 03.05.2025).
4. Барсукова В. І. Перекладацький підхід до класифікації жартів. *Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації*. 2015. URL : <http://eprints.zu.edu.ua/17108/> (дата звернення: 29.04.2025).
5. Брюховецька Л. І., Тримбач С. В. Дещо із секретів прокату. *Журнал «Кіно-Театр»*. URL : http://archive-ktm.ukma.edu.ua/show_content.php?id=1747 (дата звернення: 28.04.2025).
6. Гумор. *Словник української мови. У 20 томах. Том 3. Відставання–Гуральня* / ред. В. М. Русанівський ; уклад. О. О. Погрібна ; Наук. керівник проєкту «Слов. укр. мови» В. А. Широков. Київ, 2012. С. 837. URL : <https://sum20ua.com/Entry/search/Гумор> (дата звернення: 23.04.2025).
7. Думченко Б. В., Змійова І. В. Медіадискурс як мультимодальний феномен. *Вчені записки Харківського гуманітарного університету «Народна українська академія»*. 2024. Т. 30. С. 198–209.

8. Єлісеєва С. В. Особливості субтитрування як напряму перекладацької діяльності. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2018. Т. 2, № 32. С. 158–160.
9. Журавель Т. В. Кінопереклад як вид аудіовізуального перекладу і його становлення в Україні та світі. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія Філологічні науки. Мовознавство*. 2018. № 10. С. 35–38.
10. Івашкевич Л. С. Постредагування, локалізація, транскреація... Що далі? *Взаємодія одиниць мови і мовлення: комунікативно-когнітивний, соціокультурний, перекладознавчий і методичний аспекти* : Зб. матеріалів VII Міжнар. науково-практ. конф., м. Київ, 22 квіт. 2020 р. Київ, 2020. С. 36–38. URL : https://ktpnm.kpi.ua/sites/default/files/2024-11/Тези%20доповідей%20ФЛ_2020.pdf#page=36 (дата звернення: 16.05.2025).
11. Конкульовський В. В., Возник Н. Субтитрування як один з видів аудіовізуального перекладу. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2020. № 187. С. 634–639.
12. Кузнецова М. Вторинний мультимодальний дискурс сучасної англійської мови як феномен культури конвергенції. *Psycholinguistics. Philology*. 2019. Т. 25, № 2. С. 138–163.
13. Кушнірова Т. В., Мацько А. В. Основні етапи розвитку українського кіноперекладу. *International Humanitarian University Herald. Philology*. 2023. Т. 3, № 62. С. 11–14. URL : <https://doi.org/10.32782/2409-1154.2023.62.3.3> (дата звернення: 27.04.2025).
14. Літературознавчий словник-довідник / ред.: Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів, В. І. Теремко. 2-ге вид. Київ, Україна : ВЦ «Акад.», 2007. 752 с.
15. Лютянська Н. І. Кінопереклад в Україні: історія розвитку та сучасний стан. *Могілянські читання — 2024: досвід та тенденції розвитку суспільства в Україні: глобальний, національний та регіональний аспекти* : XXVII Всеукр. науково-практ. конф., м. Миколаїв, 6–10 листоп. 2024 р. Миколаїв, 2024. С. 177–179.

16. Монахова Т. В. Лексико-семантичні особливості дублювання телесеріалу «Альф» українською мовою. *Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Серія: Філологічні науки.* 2010. Т. 2. С. 95–99.

17. Перванчук Т. Б. Аудіовізуальний переклад: основні види та особливості. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* 2021. Т. 32 (71), № 4. С. 121–126.
URL : <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-2/20> (дата звернення: 04.04.2025)

18. Пислару К. В. Особливості субтитрування як виду кіноперекладу (на матеріалі американського телесеріалу “The Morning Show”) : Дисертація на здобуття освітнього ступеня «магістр». Миколаїв, 2022. 106 с.
URL : <https://krs.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2178> (дата звернення: 16.05.2025).

19. Податківці кажуть, що не вилучали техніку в студії українського дубляжу. *BBC News Україна.*
URL : https://www.bbc.com/ukrainian/politics/2012/04/120408_le_doyen_interview_ko (дата звернення: 28.04.2025).

20. Полякова О. В. Стратегії добору ліпсінк-відповідників в українському дубляжі англomовних анімаційних фільмів : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.16. Одеса, 2015. 19 с.
URL : <http://www.dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/863> (дата звернення: 04.04.2025).

21. По фабриках Українфільму. *Радянське кіно.* 1935. № 1/2. С. 59.
URL : <https://elib.nlu.org.ua/view.html?id=2337> (дата звернення: 27.04.2025).

22. Про забезпечення функціонування української мови як державної : Закон України від 25.04.2019 № 2704-VIII : станом на 15 листоп. 2024 р.
URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text> (дата звернення: 27.04.2025).

23. Про кінематографію : Закон України від 13.01.1998 № 9/98-ВР : станом на 15 листоп. 2024 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/9/98-вр#Text> (дата звернення: 27.04.2025).

24. Проскуріна К. Український дубляж: історія, сьогодення та майбутнє. *Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку* : програма міжнар. наук. конф., м. Харків, 22–23 листоп. 2023 р. Харків, 2023. С. 50–51.

25. Реуцька М. М. Особливості перекладу назв англomовних фільмів українською мовою. *Маріупольський молодіжний науковий форум: традиційні й новітні аспекти дослідження і викладання іноземних мов і літератури* : Матеріали IV Всеукр. науково-практ. інтернет-конференції студентів, аспірантів і молодих уч., м. Маріуполь, 30 берез. 2021 р. Маріуполь, 2021. С. 197–198.

26. Софієнко І. В. Становлення кіноперекладу в Україні. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2014. № 50 (2). С. 401–405.

27. Спіркіна О. О., Волошина К. В. Дублювання та субтитрування як основні види кіноперекладу: історичний аспект. *Вісник гуманітарного наукового товариства: наукові праці*. 2021. № 21. С. 228–236.

28. Ставицька Л. О. Українська мова без табу. Словник нецензурної лексики та її відповідників. Київ : Вид-во «Часопис “Критика”», 2008. 454 с. URL : https://chtyvo.org.ua/authors/Stavytska_Lesia/Ukrainska_mova_bez_tabu_Slo_vnyk_netsenzurnoi_leksyky_ta_ii_vidpovidnykiv/ (дата звернення: 12.05.2025).

29. Стоянова Т. В., Черненко К. Особливості перекладу англійського гумору українською. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського : Лінгвістичні науки : зб. наук. праць*. Одеса, Астропринт, 2020 р. № 31. С. 401–418.

30. Темперамент. *Фармацевтична енциклопедія*. 2016. URL : <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/8867/temperament> (дата звернення: 24.04.2025).

31. Фощан Т. В., Литвин А. В. Історичні аспекти розвитку дубльованого перекладу у світі та становлення українського дубляжу. *Обрії друкарства*. 2023. № 2(14). С. 116–126. URL : [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2023.2\(14\).295262](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2023.2(14).295262) (дата звернення: 27.04.2025).
32. Хортюк Д. О. Особливості перекладу категорії комічного українською мовою. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Т. 4, № 28. С. 46–51.
33. Як Голлівуд заговорив українською? Розповідають актори, режисери дубляжу й онлайн-кінотеатр sweet.tv. *The Village Україна*. URL : <https://www.village.com.ua/village/culture/culture-promo/302413-sweet-tv> (дата звернення: 28.04.2025).
34. Abdelaal N. M. Subtitling of culture-bound terms: strategies and quality assessment. *Heliyon*. 2019. Vol. 5, no. 4. P. 2–27. URL : <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01411> (date of access: 16.05.2025).
35. Abuya L. B., Ndambuki J., Kirigia E. A Critical Discourse Analysis of Gender Stereotyping in Stand-Up Comedy: A Case Study of MC Jesse’s Churchill Live Performances. *The International Journal of Humanities & Social Studies*. 2019. Vol. 7, no. 9. P. 119–124. URL : <https://doi.org/10.24940/theijhss/2019/v7/i9/hs1909-010> (date of access: 01.05.2025).
36. Aguiló-Pérez E. R. American Icon in Puerto Rico: Barbie, Girlhood, and Colonialism at Play. New York : Berghahn Books, Incorporated, 2023. 181 p.
37. Beck J. The evolution of sound in cinema. *The Routledge Companion to Film History* / ed. by W. Guynn. Abingdon and New York, 2010. P. 64–76.
38. Boo. *Cambridge Dictionary*. URL : <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/boo> (date of access: 07.05.2025).
39. Bräutigam T. How Germany Became a Dubbing Nation. *Goethe-Institut USA*. URL : <http://www.goethe.de/ins/us/en/kul/mag/20894148.html> (date of access: 26.04.2025).

40. Chiaro D. Humor and translation. *The Routledge handbook of language and humor*. Routledge, 2017. P. 414–429.
41. Cornu J.-F. Le doublage et le sous-titrage : Histoire et esthétique. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2014. 442 p. URL : <https://doi.org/10.4000/books.pur.76511> (date of access: 22.04.2025).
42. Cornu J.-F., O’Sullivan C. The Translation of Films: History, Preservation, Research and Exhibition. *Journal of Film Preservation*. 2016. No. 94. P. 25–31.
43. De Marco M. Audiovisual Translation Through a Gender Lens. Amsterdam and New York : Rodopi, 2012. 240 p.
44. Dempewolff R. F. Movies on a Curved Screen Wrap You in Action. *Popular Mechanics*. 1952. Vol. 98, no. 2. P. 121–124, 234–238. URL : https://archive.org/details/PopularMechanics1952/Popular_Mechanics_08_1952/ (date of access: 27.04.2025).
45. Díaz-Cintas J. Audiovisual Translation, Subtitling. Routledge, 2014. 272 p. URL : <https://doi.org/10.4324/9781315759678> (date of access: 23.04.2025).
46. Diot R. Humor for Intellectuals: Can It Be Exported and Translated? The Case of Gary Rudeau’s in Search of Reagan’s Brain. *Meta*. 34 (1), 1989. P. 84–87.
47. FBI warns Barbie doll could be used for child porn. *Reuters*. URL : <https://www.reuters.com/article/us-fbi-barbie-idINTRE6B55HN20101207/> (date of access: 05.05.2025).
48. Foley T. Filmmaking and Its Techniques. Delhi : Learning Press, 2012. 99 p.
49. Gambier Y., Jin H. A Connected History of Audiovisual Translation. *Translation Spaces*. 2019. Vol. 8, no. 2. P. 193–230. URL : <https://doi.org/10.1075/ts.19011.gam>.
50. Gerber R. Barbie and Ruth: The Story of the World’s Most Famous Doll and the Woman Who Created Her. New York : HarperCollins Publishers, 2009. 278 p. URL : <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB10896364> (date of access: 03.05.2025).

51. Halliday M. A. K. *Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning*. London : Edward Arnold, 1978. 256 p.
52. Iaia P. L. *The Dubbing Translation of Humorous Audiovisual Texts*. Newcastle upon Tyne : Cambridge Scholars Publishing, 2015. 227 p.
53. Ivarsson J. *A short technical history of subtitles in Europe*. 2004.
54. Jakobson R. *On Linguistic Aspects of Translation*. *On Translation* / ed. by R. A. Brower. 1959. P. 232–239. URL : <https://web.stanford.edu/~eckert/PDF/jakobson.pdf> (date of access: 24.04.2025).
55. Kress G. R., Van Leeuwen T. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London : Arnold, 2001. 142 p.
56. Lord M. G. *Forever Barbie: The Unauthorized Biography of a Real Doll*. Fredericton, New Brunswick : Goose Lane Editions, 2004. 325 p.
57. Manthei E. *Film dubbing as high art in Germany*. *Deutsche Welle*. URL : <https://www.dw.com/en/film-dubbing-as-high-art-in-germany/a-48862319> (date of access: 26.04.2025).
58. Martín-Sánchez D., Hernández-Herrarte M., Fernández-Ramos M.-Y. *Non-verbal language as a constructive element of female stereotypes in the situation comedy Modern Family*. *Revista Mediterránea de Comunicación*. 2020. No. 11 (2). P. 277–294. URL : <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.10> (date of access: 01.05.2025).
59. Perego E. *History, development, challenges and opportunities of empirical research in audiovisual translation*. *Across Languages and Cultures*. 2016. Vol. 17, no. 2. P. 155–162. URL : <https://doi.org/10.1556/084.2016.17.2.1>.
60. Rastelli M. E. *Gender and Humour: Reinforcing Gender Stereotypes in Stand-up Comedy*. 2023. 21 p. URL : https://www.academia.edu/114645581/Gender_and_Humour_Reinforcing_Gender_Stereotypes_in_Stand_up_Comedy (date of access: 01.05.2025).

61. Mattel Recalls Barbie and Tanner™ Magnetic Toys Due to Magnets Coming Loose. *U.S. Consumer Product Safety Commission*. URL : <https://www.cpsc.gov/Recalls/2007/mattel-recalls-barbie-and-tanner-magnetic-toys-due-to-magnets-coming-loose> (date of access: 05.05.2025).
62. Routledge Dictionary of Literary Terms / ed. by P. Childs, R. Fowler. Abingdon and New York : Taylor & Francis Group, 2006. 272 p.
63. Routledge Handbook of Audiovisual Translation / ed. by L. Pérez-González. London and New York : Taylor & Francis Group, 2018. 553 p.
64. Sangster E. This Barbie caught the attention of the FBI. *Harper's Bazaar Australia*. URL : <https://harpersbazaar.com.au/barbie-video-girl-fbi-warning/> (date of access: 05.05.2025).
65. Stevens L. For fortysomethings, a Firth-rate fantasy. *The Boston Globe*. URL : https://web.archive.org/web/20160303205405/http://www.boston.com/ae/movies/articles/2004/11/26/for_fortysomethings_a_firth_rate_fantasy/ (date of access: 07.05.2025).
66. 'Sugar Daddy Ken' Doll From Barbie Line Raises Eyebrows. *ABC News*. URL : <https://abcnews.go.com/Business/barbies-sugar-daddy-ken-doll-raises-eyebrows/story?id=8952641> (date of access: 05.05.2025).
67. Talbot M. Bratz v. Barbie: Who's the Bad Girl?. *The New Yorker*. URL : https://www.newyorker.com/news/news-desk/bratz-v-barbie-whos-the-bad-girl?utm_source=chatgpt.com (date of access: 05.05.2025).
68. Taylor D. Sound Dubbing: The history of Video Sound Post Production for television in the UK: Part One — 'Analogue'. *POSTFADE*. URL : <https://postfade.co.uk/sound-dubbing-the-history-of-video-sound-post-production-for-television-in-the-uk-part-one-analogue/> (date of access: 27.04.2025).
69. Topics In Audiovisual Translation / ed. by P. Orero. Amsterdam and Philadelphia : John Benjamins Publishing Co, 2004. 225 p. URL : <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Kushynova/0034709.pdf> (date of access: 29.04.2025).

70. Translating Humour in Audiovisual Texts / ed. by G. L. De Rosa et al. Peter Lang CH, 2015. 533 p. URL : <https://doi.org/10.3726/978-3-0351-0740-1> (date of access: 24.04.2025).
71. Turchányi Olivér. Magyar életrajzi lexikon. *Arcanum*. URL : <https://www.arcanum.com/en/online-kiadvanyok/Lexikonok-magyar-eletrajzi-lexikon-7428D/t-ty-780F8/turchanyi-oliver-783D1/> (date of access: 22.04.2025).
72. Vandaele J. Humor in translation. *Handbook of translation studies 1*, 2010. P. 147-152.
73. Wang R. Race and Orientalism in the History of Asian Barbies. *M/C Journal*. 2024. Vol. 27, no. 3. URL : <https://doi.org/10.5204/mcj.3061> (date of access: 03.05.2025).
74. Zabalbeascoa P. Audiovisual Translation. London : Routledge, 2024. 227 p. URL : <https://doi.org/10.4324/9781003433439> (date of access: 24.04.2025).
75. Zanotti S., Ranzato I. Reassessing Dubbing: Historical Approaches and Current Trends. Benjamins Publishing Company, John, 2019. 287 p.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Барбі, 2023 / режисер Г. Гервіг ; Авт. сценарію: Г. Гервіг, Н. Баумбек. *MEGOGO.NET*. URL : <https://megogo.net/ua/view/22027346-barbi.html> (дата звернення: 20.04.2025).
2. ЖН31. Barbie (2023) Trailer vs. 2001: A Space Odyssey (1968), 2022. *YouTube*. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=I6vPuI MAOIA> (date of access: 20.04.2025).

АНОТАЦІЯ
магістерської роботи

(Зберігається в кабінеті кафедри)

Тема: «Особливості аудіовізуального перекладу художнього комедійного фільму (на матеріалі фільму “Барбі”)»

Автор: Куліков Максим Денисович

Науковий керівник: Моїсеєнко Олена Юріївна

Захищена « ____ » _____ 20 __ р.

Короткий зміст роботи:

У роботі визначено особливості перекладу вербалізованого та мультимодального гумору в українському дубляжі фільму «Барбі», проаналізовано особливості відтворення усного мовлення та письмового тексту за допомогою субтитрування. Запропоновано класифікацію основних перекладацьких трансформацій та проаналізовано культурні та гендерні адаптації виявів комічного в стрічці. Розглянуто типові стратегії збереження комічного ефекту та виявлено приклади неефективних і компромісних перекладацьких рішень.

Ключові слова: аудіовізуальний переклад, кінопереклад, дубляж, субтитрування, гумор, мультимодальний дискурс, перекладацька стратегія, культурна адаптація, гендерний аспект.