

ЛІТЕРАТУРА

1. Kim, Jong-Bok. English Transparent Free Relatives: Interactions between the Lexicon and Constructions. *English Language and Linguistics*, 2011. P. 153–181.
2. Басіна А. Методика викладання іноземної мови в початковій школі. Київ: Шкільний світ, 2007. 128 с.
3. Бігич О. Б. Теорія і практика формування методичної компетентності вчителя іноземної мови початкової школи. Навчальний посібник. Київ: Ленвіт, 2006. 592 с.
4. Бідюк І. Психологічні основи навчання іноземної мови в початковій школі. *Психологічна газета*. 2004. №20. С. 24–31.
5. Бориско Н. Ф. Методика формування іншомовної фонетичної компетентності. *Іноземні мови*. 2011. №3. С. 3–14.
6. Дворжецька М. П., Макухіна Т. В. Фонетика англійської мови: фоностилістика і риторика мовленнєвої комунікації. Вінниця: Нова Книга, 2005. 208 с.
7. Дем'яненко О. Є. Фонетична робота з дітьми старшого дошкільного і молодшого шкільного віку в умовах багатомовності. Запоріжжя: ТОВ “ЛПРС” ЛТД, 2005. 92 с.
8. Павлова С. В. Навчання іншомовної вимови на комунікативній основі. *Іноземні мови у школі*. 1990. №1. С. 29-32.
9. Старостенко О. В. Формування іншомовної фонетичної компетентності студентів-філологів. *Вісник ХНУ*. №16. С. 224–232
10. Філатов В. М. Методика навчання іноземних мов у початковій та основній загальноосвітній школі. Частина 1. Навчальний посібник студентам педагогічних коледжів. Донецьк, 2004. 41 с.
11. Чумак Н. П. Навчити дітей користуватися мовою із задоволенням. *Іноземні мови в навчальних закладах*. 2003. №2. С. 145–149.

Ковальчук Марта

Науковий керівник – доц. Конкульовський Володимир

**ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ СТРАТЕГІЇ У ВІДТВОРЕННІ КУЛЬТУРНОГО
КОНТЕКСТУ В КІНО**

У сучасному світі кінематограф виступає не лише засобом розваги, а й важливим засобом міжкультурної комунікації. Завдяки своїй популярності англійськомовні фільми проникають в український медіапростір, знайомлячи глядачів з елементами британської та американської культур. Однак, ефективність такого культурного обміну значною мірою залежить від якості перекладацької інтерпретації, зокрема від здатності перекладача передати культурний контекст, закладений в оригінальному тексті. Виклик, пов'язаний з передачею культурного змісту в перекладеному тексті є одним з ключових у сучасному перекладознавстві. Культурно марковані одиниці – реалії, жарти, ідіоми, алюзії – потребують особливої уваги, оскільки недостатня точність у передачі культурних елементів може призвести до спотворення авторського задуму, втрати змістових нюансів, які формують цілісне сприйняття фільму.

Основна мета статті полягає в тому, щоб проаналізувати головні перекладацькі стратегії, які використовуються при адаптації англійськомовних кінотекстів українською мовою.

Питання передачі культурного контексту в перекладі безпосередньо пов'язане з базовими аспектами перекладознавства – проблемами еквівалентності та відповідності. Культурний контекст включає широкий спектр компонентів, охоплюючи історичні реалії, соціальні норми, традиції, звичаї, гумор, ідіоми, алюзії та невербальну комунікацію, які є

характерними для певної культури. У кінематографі ці елементи проявляються як у вербальному плані (діалоги, жарти, сленг), так і у невербальному (декорації, костюми, поведінка персонажів). У теорії перекладу існує кілька основних підходів до передачі культурних реалій. Одним з них є доместикація, яка орієнтується на адаптацію культурно-специфічних елементів до норм і розуміння цільової культури. Та форенізація, яка зберігає оригінальні культурні особливості та залучення глядача в іншу культуру. Між цими підходами існує цілий ряд проміжних стратегій, таких як калькування, транслітерація, описовий переклад, генералізація, партикуляризація та компенсація. У контексті кіноперекладу вибір відповідної стратегії часто залежить від таких чинників, як жанр фільму, цільової аудиторії, технічних обмежень (особливо при субтитруванні) та кінцевої мети перекладу (передати інформацію, викликати емоції чи забезпечити розважальність).

Культурні бар'єри в перекладі фільмів є однією із найсерйозніших проблем у сфері аудіовізуального перекладу. Вони виникають в результаті різниці між культурними контекстами оригінального твору та цільової аудиторії. Культурний контекст охоплює сукупність цінностей, норм, а також історичних фактів і явищ, притаманних конкретній національній або соціальній групі. Особливі труднощі при перекладі фільмів викликає передача елементів, тісно пов'язаних із цим контекстом – гри слів, культурно маркованих назв, традиційних подій або жартів, які базуються на специфічному культурному досвіді. У таких випадках перекладачу потрібно шукати компроміс між буквальним відтворенням і адаптацією змісту, щоб зберегти основну ідею, стиль і емоційний ефект. Ефективне подолання культурних бар'єрів потребує не лише високого рівня володіння мовами, а й глибокого розуміння культур, між якими здійснюється переклад.

Під час адаптації діалогів фільму іншою мовою, перекладачу складно передати алюзії, натяки, явища, поняття, назви, імена та специфічні елементи, яких немає в культурі цільової аудиторії. Багато подібних елементів мають закорінене значення однієї культури і тому можуть бути незрозумілими або втратити свій сенс для іноземного глядача. Головне завдання перекладача полягає в тому, щоб знайти спосіб одночасно зберегти автентичність фільму та зробити матеріал зрозумілим для нової аудиторії, зберігаючи при цьому зміст, стиль і емоційний ефект оригіналу.

Залежно від жанру фільму, цільової аудиторії та виду кіноперекладу (субтитри, дубляж, озвучення), перекладачі застосовують різні стратегії та прийоми.

Калькування

Застосовується для сталих виразів або фразеологізмів, які мають еквіваленти в мові перекладу. Може бути ефективним для загальновідомих реалій або термінів, але часто є неприйнятним для культурно-специфічних виразів.

Адаптація

Дає можливість пристосувати культурні реалії до менталітету цільової аудиторії. Найчастіше використовується у перекладі гумору або ідіом. Допомагає підвищити розуміння для глядача, але існує ризик втрати оригінального культурного колориту.

Вилучення

У деяких випадках, коли культурно-специфічний елемент не суттєво впливає на зміст або є незрозумілим, його можуть вилучити. Однак така стратегія часто критикується, адже може призвести до втрати частини змісту.

Транскрипція / Транслітерація

Застосовується, коли збереження оригінального звучання є важливішим за пояснення значення. Часто використовується для власних назв, брендів, географічних об'єктів або неологізмів.

Описовий переклад

Якщо певна реалія не має точного відповідника, перекладач може використати пояснення значення культурно-специфічного елемента за допомогою опису.

Проведене дослідження дозволяє зробити висновок про різноманітність перекладацьких стратегій і прийомів, що використовуються для відтворення культурного контексту в англомовних фільмах. Збереження культурного контексту у перекладі фільмів є важливим і водночас складним завданням, яке вимагає від перекладача високого рівня мовної та культурної компетенції, гнучкості мислення та здатності до творчих рішень. Успішна передача культурно маркованих елементів, таких як реалії, гумор, традиції, соціальні норми чи історичні алюзії – є запорукою автентичного сприйняття фільму іноземною аудиторією. Як показує аналіз, ефективність використаних стратегій залежить від жанрових особливостей фільму, цільової аудиторії, типу перекладу та загальної мети перекладача. Знаходження балансу між зрозумілістю для глядача та збереженням культурної автентичності є ключовим викликом, який потребує від перекладача не лише технічних знань, але й глибокої емпатії до іншої культури. Таким чином, кінопереклад постає не просто як лінгвістичний процес, а як культурна медіація, що сприяє налагодженню міжкультурного діалогу та поглибленню розуміння між народами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Toury, G. *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Amsterdam; Philadelphia : John Benjamins, 1995. 311 p.
2. Brownlie, S. *Investigating Norms* [Електронний ресурс]. – 1999. – Режим доступу: <https://www.arts.kuleuven.be/cetra/old-website/papers/files/brownlie-1999.pdf>
3. Куліш, В., Гарах, О. Труднощі перекладу культурно маркованої лексики. Молодий вчений. 2020. №12 (88). С. 64–68. – Режим доступу: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/20>
4. Гач, Н. О. Ампаторський переклад українських кінофільмів [Електронний ресурс]. Філологічні науки: зб. наук. праць. 2021. – Режим доступу: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/6_2021/part_3/3.pdf
5. Зацепіна, А. В. Аналіз культурем у аудіовізуальному англо-українському перекладі : кваліфікаційна робота. – Харків, 2023. – Режим доступу: <https://krs.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2770/1/Зацепіна%20Аліна%20Кваліфікаційна%20робота.pdf>

6. Мельник, А. В. Переклад культурем в аудіовізуальних текстах : дипломна робота. – Хмельницький, 2022. – Режим доступу : <https://elar.khmnmu.edu.ua/bitstreams/7708c99d-ebc3-4e66-b46b-2dd8836ae954/download>
7. Li, Qinyi. E-C Movie Subtitle Translation Under Toury's Norms Theory [Електронний ресурс]. – 2024. – Режим доступу : <https://www.davidpublisher.com/Public/uploads/Contribute/677b3406bafb5.pdf>

Сеньків Галина

Науковий керівник – доц. Пасічник Наталія

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ ТА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ У ПЕРЕКЛАДІ

Анотація: стаття присвячена проблемам та особливостям перекладу рекламних текстів. Висвітлюються основні проблеми, що виникають у процесі перекладу, можливі способи їх вирішення; описуються особливості рекламних текстів і можливі відмінності оригінального та еквівалентних рекламних текстів.

Ключові слова: рекламний текст, переклад, реклама, лінгвістичні засоби мови, екстралінгвістичні особливості.

Актуальність дослідження. Сьогоднішня глобалізація, що виявляється в обміні товарами та інформацією, призвела до того, що рекламні тексти стали дуже популярними, вони стали відігравати важливу комунікативну і дистрибутивну роль, вони поширюють інформацію про товар. На даний момент значну частку становлять іноземні товари, як на українському ринку, так і на зарубіжних, відповідно, переклад рекламних текстів має величезне значення. [6, с. 57]

Таким чином, актуальність дослідження зумовлена збільшеною роллю соціальної реклами в житті сучасного суспільства, підвищеною увагою вчених до мови реклами, що стрімко розвивається, недостатньою розробленістю критерію жанрового розмежування рекламних текстів різного спрямування, недостатньою вивченістю та змістовною лінгвістичною унікальністю текстів, а також необхідністю аналізу.

Метою дослідження є аналіз стилістичних особливостей рекламних текстів та їх відтворення у перекладі.

Виклад основного матеріалу. Переклади рекламних і художніх текстів значно відрізняються один від одного. Ці відмінності проявляються в різній комунікативній спрямованості текстів, у формі їхнього перекладу, а також у можливості використання різних мовних засобів. Також, перекладач повинен брати до уваги соціолінгвістичні та культурні особливості під час перекладу рекламного тексту. Під час розвитку науки постійно виникають її нові галузі. Але, якщо спочатку вони формувалися за предметною ознакою, то для сучасної науки характерне формування нових наукових дисциплін за проблемною ознакою.

У цьому разі нові галузі виникають у зв'язку з висуненням певних теорій або проблем. У міру розвитку наукового пізнання стає дедалі очевиднішим, що дисциплінарний підхід (тобто в рамках однієї дисципліни) не сприяє розкриттю глибоких загальних закономірностей і