

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра теорії і практики перекладу з англійської мови

Кваліфікаційна робота магістра з перекладознавства
на тему: «Образ жінки у сучасному англomовному кінодискурсі та його
відтворення в українськомовному перекладі (на матеріалі фільму «Барбі»)»

Студентки групи Па 55-23
Факультет германської філології і
перекладу
освітньо-професійної програми
Перекладознавство: професійно-
орієнтований переклад (англійська мова і
друга іноземна мова)
за спеціальністю 035 Філологія
Лободи Ірини Миколаївни

Допущена до захисту
« ____ » _____ 2024 року

Завідувач кафедри теорії і практики
перекладу з англійської мови
_____ доц. Мелько Х.Б.
(підпис) (ПІБ)

Науковий керівник:
кандидат філологічних наук,
доцент Никитченко К.П.

Національна шкала _____
Кількість балів: _____
Оцінка: ЄКТС _____

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

KYIV NATIONAL LINGUISTIC UNIVERSITY

Department of Theory and Practice of Translation from the English Language

Master Degree Thesis in Translation Studies

under the title: “Woman’s image in contemporary English cinematic discourse and its reproduction in Ukrainian translation (case study of film “Barbie”)”

Group Pa 55-23
School of translation studies
Educational Programme Translation
Studies: Specialized Translation (English
and Second Foreign Language)
Majoring 035 Philology
Iryna M. Loboda

Research supervisor:
K.P. Nykytchenko
Doctor of Philology,
Associate Professor

Kyiv – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	1
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ОБРАЗУ ЖІНКИ У МОВОЗНАВСТВІ І ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ	4
1.1 Дослідження поняття «образу» як лінгвістичного явища	4
1.2 Перекладацькі стратегії відтворення образу	14
1.3 Особливості кінодискурсу та труднощі його перекладу.....	22
Висновки до розділу 1	27
РОЗДІЛ 2	
ТИПОЛОГІЯ І ФУНКЦІЇ ОБРАЗУ ЖІНКИ У КІНОДИСКУРСІ	30
2.1 Вербалізація образу жінки у англійськомовному фільмі «Барбі»	30
2.2 Структурні моделі репрезентації образу жінки у сучасному кінодискурсі	44
РОЗДІЛ 3	
ВІДТВОРЕННЯ ОБРАЗУ ЖІНКИ В АНГЛІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ ФІЛЬМУ «БАРБІ»	52
3.1 Лексичні трансформації при відтворенні образу жінки у фільмі «Барбі» засобами української мови	52
3.2 Лексико-семантичні трансформації при перекладі образу жінки	61
3.2 Граматичні трансформації при перекладі образу жінки	65
ВИСНОВКИ	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	86
СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ	93
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	93
ДОДАТОК	94
SUMMARY.....	110

ВСТУП

Тема. Тема відтворення образу жінки у сучасному англomовному кінодискурсі є однією з найактуальніших у перекладознавстві, відтворення образу жінки у сучасному англomовному кінодискурсі набуває особливого значення в контексті зростання впливу феміністичних ідей у масовій культурі. Сучасне кіно не лише відображають соціальні зміни, але й активно впливають на формування уявлень про гендерні ролі. Особливої уваги заслуговує фільм «Барбі», який у 2023 році викликав бурхливу дискусію навколо теми жіночої самореалізації, фемінізму, соціальних очікувань і культурних стереотипів. Важливою задачею є дослідження, як ці складні та багатогранні образи відтворюються в українськомовному перекладі, зважаючи на різні мовні та культурні реалії.

Актуальність теми. Актуальність дослідження обумовлена тим, що образ жінки у сучасному кінодискурсі є важливим елементом культурної ідентичності, а його відтворення у перекладі впливає на формування суспільних уявлень про жіночу роль у суспільстві. Кіно є потужним інструментом формування громадської думки, і правильна інтерпретація цих образів у перекладі забезпечує адекватне сприйняття культурних і соціальних ідей, які передаються оригінальним текстом. Сучасний перекладацький процес стикається з викликами, які стосуються не лише лексичних трансформацій, а й відтворення культурно-закодованих понять, що мають різні значення в англomовному та українськомовному контекстах. Фільм «Барбі» відкриває нові можливості для дослідження перекладацьких стратегій у сфері кіно, зокрема тих, що спрямовані на передачу гендерної проблематики та соціальних стереотипів. Українськомовний переклад «Барбі» стикається з викликами, пов'язаними з трансляцією феміністських меседжів, зокрема семантичного відтворення складних лексичних і культурних одиниць.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є аналіз відтворення образу жінки в англомовному кінодискурсі та його переклад в українськомовному контексті на прикладі фільму «Барбі». Для досягнення цієї мети визначені такі завдання:

- проаналізувати особливості відображення жіночих образів у сучасному англомовному кінодискурсі;
- дослідити перекладацькі стратегії, використані для передачі феміністських ідей у фільмі «Барбі»;
- виявити труднощі перекладу ключових концептів, пов'язаних із гендерною ідентичністю та соціальними стереотипами;
- визначити вплив перекладу на сприйняття фільму українською аудиторією.

Об'єктом дослідження є образ жінки у сучасному англомовному кінодискурсі. **Предметом дослідження** є особливості вербалізації образу жінки та особливості відтворення образу жінки в українськомовному перекладі фільму «Барбі».

Методи дослідження. У процесі роботи були використані такі методи:

- *дескриптивний метод* для опису та аналізу жіночих образів у кінодискурсі;
- *трансформаційний метод* для виявлення змін у процесі перекладу лексичних та стилістичних одиниць;
- *метод перекладацького аналізу тексту* для дослідження феміністських ідей в оригіналі та перекладі;
- *зіставний метод* для порівняння лексичних та семантичних особливостей оригіналу і перекладу.

Наукова новизна одержаних результатів. Вперше проведено комплексний аналіз відтворення феміністських ідей у перекладі фільму «Барбі» на українську мову, що дозволяє виявити особливості трансляції гендерної проблематики в іншомовний культурний контекст. Удосконалено підходи до аналізу перекладацьких стратегій у кінодискурсі через призму феміністичної критики.

Практичне значення одержаних результатів. Отримані результати можуть бути застосовані в галузі теорії перекладу кіно, зокрема в розробці нових підходів до перекладу феміністських образів та ідей у кінематографі. Результати також мають значення для практичного викладання курсів перекладу, гендерної лінгвістики, а також лексикології та стилістики англійської й української мов.

Апробація результатів дослідження. Виступ на конференції. За результатами конференції було опубліковано тези:

Лобода, І. М., Никитченко, К. П. (2024). Образ жінки у сучасному англomовному кінодискурсі та його відтворення засобами української мови. *"Ad orbem per linguas. До світу через мови"*. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Семіотика української НЕЗЛАМНОСТІ: мова – освіта – дискурс", 16–17 травня 2024 року. Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2024. С. 181-184.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів з висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел та додатку. У вступі визначається актуальність теми, мета, завдання, наукова новизна та практичне значення дослідження. У першому розділі розглядається теоретична база дослідження та основні підходи до аналізу образів жінки у кінодискурсі. Другий розділ присвячений аналізу перекладацьких стратегій у відтворенні феміністських ідей у перекладі фільму «Барбі». Третій розділ містить результати порівняльного аналізу оригіналу та перекладу на основі лексичних і семантичних аспектів.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ОБРАЗУ ЖІНКИ У МОВОЗНАВСТВІ І ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ

1.1 Поняття образу та підходи до його вивчення в сучасних лінгвістичних дослідженнях

У сучасній лінгвістиці вивчення поняття *образу* є ключовим аспектом для розуміння когнітивних процесів мовлення. Образ може бути розглянутий з різних точок зору, включаючи культурологічний, психологічний, та філософський підходи. Цей комплексний підхід дозволяє вивчати образ як ключовий елемент сприйняття та творення мови, що відкриває широкі перспективи для дослідження мовних явищ.

Образ – це складне та багатогранне естетичне поняття, яке має важливе значення для різноманітних гуманітарних дисциплін, таких як філософія, лінгвістика, літературознавство, психологія, фольклористика та інші. У кожній з цих дисциплін підходи до розуміння та визначення цієї концепції можуть відрізнятися [32: 1].

Англійський філософ Б. Рассел зазначав, що образи необхідні для пояснення вживання слів щодо відсутніх предметів [55: 176]. Слово пов'язує нас з образом об'єкту, відомим або невідомим нам до акту мовлення або слухання, котрий пробуджує в нашій пам'яті велику кількість інших образів, які відносяться безпосередньо до позначуваного предмету або образів, які співіснують із ним, а також супутніх йому подій. Слова також можуть використовуватися для опису та створення образів уявлення, наприклад у прозі або поезії, де вони формують нові, невідомі, нестереотипні уявлення про об'єкт.

Унаслідок значної ролі, яку відіграє художній образ у різних сферах мистецтва, виникла активна зацікавленість у вивченні цього поняття, зокрема, у

літературознавстві. Проте, його місце в цій галузі наукових досліджень ще не вивчено повністю, що пояснюється передусім складністю та об'ємом даної концепції [7: 62].

Поглядається, що саме концепція художнього образу відрізняє мистецтво та літературу від інших сфер духовного життя людини. Кожен художній твір складається з таких образів, а їх кількість невіддільна підрахунку, оскільки вони виникають на кожному рівні творчості.

Термін «*концепт*» походить від латинського слова «conceptus», яке означає «зачаття» чи «запліднення». У відміню від поняття, яке є логічним чи інтелектуальним утворенням, концепт є реконструктом, тобто результатом відновлення і відтворення уявлень комунікантів на початковій стадії. Називання чогось концептом передбачає відновлення його внутрішнього змісту у межах ментальної діяльності мовної спільноти та її представників. Прикладом можуть бути концепти ІСТИНА, КРАСА, ДРУЖБА, ЛЮБОВ, ЖІНКА.

Основу концепту складає чуттєво-наочний образ, який формується на базі особистісного досвіду і є дуже конкретним. Цей образ виконує функцію кодування для концепту, і його повторна реакція під час психолінгвістичних експериментів може свідчити про усталену сполучуваність, що впорядковує концептуальне утворення [34: 64].

Около ядра концепту утворюються базові пласти, де ознаки розташовуються від менш до більш абстрактних. Хоча кількість і зміст цих пластів можуть варіювати в залежності від індивіду, в них домінують загальнонаціональні змістові ознаки, що забезпечують взаєморозуміння у процесі комунікації [34: 64].

Концепт є ментальною одиницею, що служить посередником між культурою і мовою. Культурна інформація надходить у свідомість, де вона обробляється і формуються концепти, що відповідають за вибір мовних засобів для передачі інформації у конкретній комунікативній ситуації і досягнення певної мети. Як культурне явище, концепт представляє собою усний або

письмовий репрезентант типових ситуацій, що охоплюють первісні прояви культурних утворень, виражених через об'єктивний зміст слів для різних сфер людського буття. Набір концептів може включати текстові та зображувальні прояви, хоча вони не обмежуються лише конкретним зображенням чи підписом [34: 65].

Наявність слова, що позначає концепт, вказує на те, що предмет або явище має певну цінність для людини, яка завжди є соціальною, тому мовні одиниці, що виражають концепти, обов'язково містять соціальний компонент [34: 65].

Науковець Д. С. Наливайко вбачає в художньому образі більш складне явище – систему конкретночуттєвих деталей, що втілюють зміст художнього твору, причому не тільки деталей зовнішньої, мовної форми, а й внутрішньої, предметно-образотворчої і ритмічно виразної [30: 63].

«Розглядаючи аспекти художнього образу у вимірах національного та порівняльного літературознавства, варто згадати, що Д. С. Наливайко підкреслював «високий рівень знаковості у структурі образності» та розглядав образ як константу мистецтва» [30: 63].

В когнітивній поетиці Р. Цура визначено особливий підхід до аналізу образної структури тексту. Він базується на концепціях деавтоматизації, запропонованих формалістами, а також на уявленнях когнітологів і гештальтпсихологів щодо свідомості читача і різних рівнів перекодування інформації в процесі її сприйняття. Дослідник виокремлює дві стилістичні тенденції — конвергентну і дивергентну — які проявляються на всіх рівнях художнього тексту, включаючи його образну структуру. [74: 5].

В енциклопедії «Українська мова» поняття «образність» визначається як мовне втілення відчуттєвого уявлення або асоціації, яка стала основою для найменування певного елемента дійсності. Ця образність може виявлятися у внутрішній формі слова з різним ступенем виразності. Її спектр коливається від явно виразних випадків, пов'язаних зі звуковим наслідуванням, семантичною

чіткістю та словотвірною мотивацією, до менш виразних і неоднозначних проявів символізму [42: 262].

Образність художнього твору найбільш повно і виразно виявляється на рівні лексики та фразеології, оскільки слова є основними носіями і виразниками емоційності. Завдяки конкретному лексичному значенню і стилістичному відтінку, в контексті вживання вони можуть набувати додаткових образно-емоційних відтінків, які часто вирішальним чином впливають на зміст художнього твору [29: 27].

Художній образ є невід'ємною складовою літератури. Одні дослідники розглядають його як основу, «клітину» мистецтва, його «ядро», тоді як інші розглядають його як форму мистецького мислення, художнє узагальнення, що в конкретно-чуттєвій формі відображає суть того, що зображується [7: 60].

Також існує точка зору, що у літературі поняття «художній образ» розглядають у двох аспектах. По-перше, він може використовуватися для позначення конкретного образу героя або як виразний прийом художнього виразу (наприклад, метафора, гіпербола, порівняння). По-друге, образ може тлумачитися як цілісна форма відображення реального світу, тобто як художня модель цього світу, що втілюється у певному художньому творі [26: 20].

Аналіз вищезазначених підходів до пізнання художнього образу, які представлені у дослідженнях філософів та естетів, вказує на можливість поділити цей образ на дві частини. Аргументація цього поділу зрозуміла: від початку створення (у мистецькому творі) і до моменту сприймання, художній образ вбирає у себе комплексне відображення світогляду певного суспільства у всіх його аспектах. Отже, від створення до сприйняття, художній образ активно мобілізує та включає в себе основні чинники, які сприяють цілісному сприйняттю конкретного твору. Ці фактори включають в себе суспільно-історичний досвід, географічне положення сприймача, його психологічні особливості, естетичний смак, професійну спеціалізацію та інші характеристики [26: 20].

Протягом усього свого існування художній образ постійно вбирає у себе та узагальнює велику кількість явищ дійсності, людських емоцій, уявлень про світ та естетичних ідеалів. Межі художнього образу охоплюють сучасне людське життя у всій його різноманітності, відображаючи безмежні простори життя та творчості. Як одна з ключових категорій мистецтва, художній образ відбиває культурні особливості та змінюється у відповідності до основних тенденцій та вимог суспільства. Специфіка художнього образу визначається не лише його здатністю відтворювати та інтерпретувати реальність, але й тим, що він творить новий уявний світ [7: 62].

Отже, хоча дослідники виявляють великий інтерес до аналізу художнього образу в літературі, точного визначення цього поняття не існує. Однак вони згодні в тому, що саме художні образи є основою будь-якого літературного твору і виникають на всіх його рівнях, при цьому їхню кількість не можна однозначно підрахувати.

Аналіз попередніх досліджень та літературних джерел вказує на те, що найбільш прийнятним філософським визначенням художнього образу є розуміння його як виразу абстрактної ідеї у конкретній чуттєвій формі. Це розуміння дозволяє визначити особливість художнього мислення, яке відрізняється від інших форм пізнавальної діяльності, таких як абстрактне або конкретно-чуттєве мислення. У зв'язку з цим в науковій спільноті існують різноманітні підходи до вивчення художнього образу, такі як аналіз естетичних та художніх проблем, типізація, відносність та різноманітні філософські точки зору. Дослідники звертаються до різних наукових дисциплін, таких як психологія, семіотика, для розширення розуміння образу за межами його художньої специфіки. Можливість тлумачення художнього образу у різних вимірах пояснюється тим, що поняття «образне» включає як окремі виражальні засоби, такі як метафори чи порівняння, так і більш загальний, цілісний аспект, який може виявлятися у персонажах, мотивах або ідеях, а також у змісті твору чи самому творі [25: 14].

При дослідженні естетичної категорії словесного художнього образу в українському літературознавстві неможливо не згадати вчення про художній образ від О. Потебні. Саме цей вчений провів глибоке дослідження сутності художнього мислення та структурних особливостей словесного художнього образу, що є ключовою складовою частиною такого мислення. О. Потебня розглядав проблему художнього образу, зокрема його внутрішню структуру, як основу основних теоретико-літературних концепцій. За словами М. Коцюбинської, погляд на художній образ як на форму пізнання, необхідну для загального розвитку людської думки, є найціннішим у всій філологічній концепції О. Потебні. Відомий філолог аргументував цю позицію, зокрема, на прикладі образних слів, що використовуються у тропах. Для нього образне слово не лише прикраса, а складова частина художнього мислення, і завжди він стійко підтримував необхідність образного способу мислення [19: 47].

О. Потебня вважав, що троп, образне слово, і взагалі образ, не є просто «одягом», в який одягається вже готова поетична думка. Вони є формою, у якій сама думка «народжується» й існує, допомагаючи художнику сприймати дійсність. Таке розуміння О. Потебні визначає художній твір не як просту іграшку або розвагу, а як серйозний і повноцінний засіб для пізнання світу людиною [19: 47].

У розумінні О. Потебні, слово перевищує просто матеріал для поезії або форму вираження поетичного змісту; воно, до певної міри, є «плоттю» художнього образу [19: 49].

У нашому дослідженні ми використовуємо два підходи до визначення художнього образу, які були наведені вище. Перше визначення, запропоноване Літературним енциклопедичним словником, розглядає художній образ як конкретно-чуттєву форму відтворення та трансформації реальності. Друге визначення, витягнуте з висновків дослідників, розглядає художній образ як форму відображення життя та узагальнену картину світу. Ці поняття є актуальними, оскільки вони надають найбільш глибоке і точне розуміння

характеру художнього образу. Ми пропонуємо використовувати інтегроване визначення, яке об'єднує обидва підходи: художній образ – це конкретно-чуттєва форма відображення дійсності в художньому творі та узагальнена картина навколишнього світу.

Також варто відзначити, що існують два основних підходи до дослідження художнього образу. Перший підхід аналізує образ у творі, зосереджуючись на його типізації, умовності, узагальненні, а також на тому, як він відображає дійсність та виражає проблематику. Другий підхід розглядає образ у контексті філософії, психології та семіотики. Деякі дослідники виокремлюють ще один підхід, що аналізує образ з точки зору символіки та культурології.

У літературному творі художня реальність зазвичай виражається не в одному, а в системі різних образів. Ці образи відрізняються один від одного і належать до певних типів чи видів художніх образів. В літературознавстві існують різні системи класифікації художніх образів, серед яких найвизначнішими є предметна, узагальнено-сміслова і структурна [27: 14].

У своєму підручнику Н. Ференц пропонує систему *класифікації* художніх образів *за їх предметом змалювання*. Згідно з цією класифікацією, автор розподіляє образи на кілька категорій: образи-персонажі, образи-пейзажі, образи-речі та образи-емоції [43: 268]

Також, Н. Ференц подає власну, більш конкретизовану класифікацію художніх образів персонажа [43: 278] (див. Таблиця 1.1.).

Таблиця 1.1

Класифікація художніх образів персонажа

З погляду літературного напрямку	За своїм характером	За місцем у творі	За ставленням автора
▪ класицистичні	▪ трагічні	▪ головні	▪ позитивні (у

<p>(Тартюф, Гарпагон Мольєра)</p> <p>▪романтичні (Тарас Бульба Гоголя)</p> <p>▪символічні (каменярі, вічний революціонер)</p> <p>▪алегоричні (у байках, притчах, прислів'ях, приказках, загадках)</p>	<p>(Гамлет, Ромео і Джульєтта, Король Лір Шекспіра)</p> <p>▪комічні</p>	<p>▪другорядні ▪епізодичні</p>	<p>комедії Івана Карпенка- Карого “Хазяїн” Золотницький, Соня, Калинович)</p> <p>▪негативні (Феноген, Ліхтаренко)</p>
---	---	------------------------------------	---

У своїй роботі «Образ художній», М. Епштейн пропонує *узагальнено-сміслову класифікацію*, яка включає наступні категорії:

- «індивідуальні образи», які є унікальними творіннями художника, відображають його особисту уяву та можуть мати фантастичний характер;

- «характерні образи», які відображають особливості суспільного життя та відображають звичаї та норми певної епохи і культури;

- «типові образи», які мають загальнолюдське значення і переходять межі своєї епохи;

- «образ-мотив», який повторюється в творах одного або кількох авторів;

- «образ-топос», який є характерним для певної культури чи епохи;

- «образ-архетип», що містить найбільш стійкі та незмінні схеми людської уяви і проявляється в міфології та мистецтві на різних стадіях їх розвитку

[4: 76].

Індивідуальні образи виникають за допомогою уяви митця і є виразом його оригінальності. Ці образи, які часто вигадуються та нафантазуються, характерні для романтичних письменників. Вони розкривають закономірності суспільно-історичного життя та відтворюють мораль та звичаї, притаманні певній епосі та середовищу. **Типові образи** виходять за межі своєї епохи та набирають загальнолюдські риси, що характерно для реалістичної літератури. **Мотив** – це образ, який повторюється у кількох творах, а **топос** – це характерний елемент для всієї культури певного періоду чи нації. **Архетип** або міфологема – це певна стандартна модель героя, сюжету чи мотиву, що отримала статус постійної моделі у літературній традиції [31: 218]. Архетипний образ виступає як прояв архетипу свідомості. У середині кожної людини існує колективне, неусвідомлене формування, яке складається з області інстинктів і архетипів. [43: 269]

Особливу увагу привертає образ-персонаж, який відіграє ключову роль у світі художньої літератури. Цей вид образу не є просто копією конкретної особи, а скоріше є художньою інтерпретацією явища, де поєднуються творчі процеси типізації та індивідуалізації [3: 94]. У творі персонажі можуть займати різні позиції: вони можуть бути головними, вторинними або епізодичними. Головні персонажі мають власні повноцінні характери, вторинні персонажі активно впливають на розвиток сюжету, хоча їм приділяється менше уваги, а епізодичні персонажі з'являються лише в одному чи кількох епізодах і не мають власних розвинених характеристик [27: 15]. Українські літературознавці М.Х. Коцюбинська та О.А. Галич розглядають образ-персонаж як частину «макрообразів», які складаються з «мікрообразів», таких як тропи та різноманітні синтаксичні фігури, і входять у «мегаобрази», яким є літературний твір. [18: 122].

Існує ще одна класифікація художніх образів, що розподіляє їх на пластичні та непластичні. У літературі пластичні образи відзначаються живописністю, виразністю у передачі зовнішнього вигляду, жестів, рухів

людини, в описах (інтер'єр, пейзаж, портрет). Це допомагає створити зримий, ясний, виразний художній світ, який може сприйматися як реальність. Непластичні образи, натомість, представляють собою сформульовані повчальні сентенції, дидактичні думки або ідеї політичного, філософського або релігійного характеру, які набувають художню форму [3: 333].

На основі їх походження можна виділити дві основні категорії художніх образів: авторські і традиційні. Авторські образи виникають у творчій атмосфері автора «на злеті думки», «в даний момент». Вони формуються з особистого сприйняття художником світу, з його власної оцінки подій, явищ або фактів. Авторські образи є конкретними, емоційними й індивідуальними, наближаються до читача своєю реалізмом і людською природою. У той же час, вони мають онтологічну природу (тобто глибоко пов'язані з буттям), вони типові й завжди актуальні. З одного боку, ці образи відображають історію держав і народів, відбиваються через призму суспільно-політичних трансформацій. А з іншого боку, вони створюють галерею неповторних художніх типів, які залишаються в пам'яті людства як реальні образи буття [27: 18].

Деякі літературознавці розглядають образи автора і читача як окрему категорію, яка пов'язана з суб'єктами зображення, сприйняття та оцінки подій у творі. Ці образи, які мовляв, спостерігають збоку за подіями і в певний спосіб їх оцінюють. Образ автора, як і всі інші образи у творі, має свого автора. Письменника, який створює образ автора у літературному творі, називають первинним автором, а сам створений образ – вторинним автором. Особливу увагу привертає образ-персонаж, який відіграє важливу роль у літературі. Цей тип образу не є просто копією реальної людини; він створений художньо, поєднуючи творчі процеси типізації та індивідуалізації [32: 136].

Дослідники в літературознавстві вивчають класифікацію художніх образів різними підходами, оскільки підходи до цього питання різняться. Тому існують різноманітні класифікації художніх образів: за їх естетичною

тонованістю (трагічні, комічні, сатиричні, ліричні), за ступенем виразності (пластичні та непластичні), за рівнем узагальнення (індивідуальні, характерні, типові, образи-мотиви, топоси та архетипи), за об'єктом зображення (образи-персонажі, образи-природа (образи-пейзажі), образи-речі (образи-предмети), образи-емоції, образи-поняття, образи-події тощо) [32: 137].

Для нашого дослідження, ми виокреми з усієї типології найбільш актуальний образ – образ персонажа, який посідає особливе місце в класифікації, з огляду на те, що він є скелетом, навколо якого розгортається сюжет та реальність художнього твору.

З вищенаведених класифікацій художнього образу можна дійти до висновку, що найважливішими критеріями, на які спиралися дослідники при трактуванні поняття художнього образу, є:

1. відображення через художній образ достовірної картини світу (з елементами спотворення реальності і без них);
2. художній образ – продукт творчої думки письменника;
3. художній образ несе естетичну, патетичну, пізнавальну та ідейно-емоційну функції.

Отже, художній образ – це спосіб відображення або перетворення дійсності через образну мову, стиль автора, який спрямований на формування у читача або слухача твору певної картини того, що відбувається в тексті, з метою естетичного, пізнавального та ідейно-емоційного впливу на людину.

1.2 Перекладацькі стратегії відтворення образу

У літературознавстві та перекладознавстві образ є ключовим елементом аналізу. Перекладацькі стратегії відтворення образу є центральною темою досліджень, оскільки вони визначають спосіб передачі художнього втілення, настрою та емоцій, що містяться у вихідному тексті. В даному вступі ми розглянемо різноманітні підходи до перекладу образів, які враховують як

культурні, так і мовні особливості, а також вплив перекладацьких рішень на сприйняття та інтерпретацію тексту читачем у мові-адресаті.

Залежно від того, в якій літературній теоретичній системі розглядаються, основні проблеми перекладу можуть мати різне рішення, що впливає на їх прикладне значення у компаративістиці [8: 267].

В рамках комунікативного підходу до перекладу передвиборчого дискурсу, під перекладацькими стратегіями ми розуміємо план, що складається з кроків перекладацької діяльності, що розробляється на основі загального підходу перекладача до виконання перекладу відповідно до його мети та комунікативної ситуації [16: 61].

Перекладацькі стратегії втілюються через різноманітні тактики, які в свою чергу використовують перекладацькі операції. Ці операції відображають різниці у структурах мов та застосовуються для досягнення комунікативних цілей. Вибір стратегії перекладу залежить від мети перекладу, типу тексту, його контексту та призначення, а також від потреб замовника та аудиторії. Таким чином, перекладач повинен чітко розуміти, для кого та з якою метою він виконує переклад, а також яким чином цей переклад буде використаний [16: 61].

Поняття динамічної еквівалентності було вперше визначено американським лінгвістом Й. Найдою. Він пропонував визначати повноту перекладу не за допомогою порівняння оригінального тексту з текстом перекладу, а за допомогою порівняння реакції читача на оригінальний текст та реакції на текст перекладу. Для досягнення цього перекладачу потрібно розуміти не лише смислі слова, а й їхні історичні конотації [69: 248].

Слід також пам'ятати, що англійська мова є аналітичною, а українська – синтетичною, тому значення фрази, яке в англійській мові передається зміною формальних характеристик слів, в українській мові передається поєднанням значень декількох слів. Саме тому слова часто не перекладаються, а знаходиться їх "смисловий еквівалент".

Англійський професор П. Ньюмарк запропонував наступну *класифікацію стратегій перекладу*:

1. стратегія дослівного перекладу для передачі загального змісту тексту;
2. стратегія буквального перекладу із подальшим редагуванням;
3. стратегія точного перекладу, яка зазвичай застосовується для перекладу технічних текстів, коли важливо точно передати зміст;
4. стратегія семантичного перекладу, де більше уваги приділяється естетичній наповненості оригінального тексту;
5. стратегія адаптації, що використовується під час перекладу художньої літератури, зокрема поезії;
6. стратегія вільного перекладу без збереження стилю, форми і змісту оригінального тексту, але зі збереженням основної ідеї;
7. стратегія ідіоматичного перекладу, що властива усному перекладу в неофіційній обстановці);
8. стратегія комунікативного перекладу, метою якої є адаптувати текст нормам мови, на яку перекладають, зробити його комфортнішим для цільової аудиторії) [66: 161].

Т.В. Пастрик виділяє *три групи перекладацьких стратегій*:

- 1) конативні стратегії, які ґрунтуються на комунікативних знаннях і виражають спрямованість на адресата з урахуванням змісту та функцій спілкування;
- 2) особистісні перекладацькі стратегії, що виражаються в когнітивному обробленні інформації перекладачем;
- 3) когнітивно-лінгвістичні перекладацькі стратегії, які ґрунтуються на лінгвістичних та текстових знаннях перекладача [33: 146].

Елементами втілення стратегії можуть стати різноманітні перекладацькі зміни - трансформації, які використовуються для переходу від одиниць мови оригіналу до одиниць мови перекладу. Переклад не може бути абсолютним відтворенням оригіналу, але головне завдання перекладача полягає у створенні

тексту, який найбільш точно передає семантику, структуру та потенційний вплив на читача оригіналу. Основна складність полягає у тому, що не завжди можна знайти лінгвістичні паралелі між мовами оригіналу та перекладу - семантичні або структурні аналоги: однакові конструкції словосполучень або повне співпадіння семантичних значень слів. Тут перекладач вдається застосовувати трансформації у процесі перекладу.

Для досягнення еквівалентності використовують транскодування: транслітерацію, транскрипцію, кальку та нульове транскодування.

Для досягнення адекватності використовують лексико-семантичні трансформації (конкретизацію, генералізацію та модуляцію) та лексикограматичні трансформації (антонімічний переклад, граматичну заміну, додавання, вилучення, транспозицію, описовий переклад, компенсацію та цілісне перетворення).

Однією з провідних тем, що привертала увагу літературознавців протягом ХХ століття, була проблема художнього образу. Багато досліджень цього питання здійснювалися в контексті розуміння та інтерпретації концепцій, запропонованих О. Потебні. Особлива увага спрямовувалася на аналіз художнього образу в літературі, що спричинило активний пошук різноманітних семіотичних підходів у літературознавчих дослідженнях. Все це було обумовлене тим, що художній образ є суттєвим знаковим явищем. У контексті літературознавства художній образ тісно переплітається з лінгвістичними аналізами. При тлумаченні художніх образів у поетичному контексті цілісності твору ключовим є інформаційний рівень або комунікативно-знаковий. Питання інформативності художнього образу висвітлив В. Зарецький у своїй статті «Образ як інформація». Він підкреслював, що "початковим словесним образом є будь-який вираз мовлення (словосполучення або окреме слово), який містить образну інформацію, що не може бути зведена до значення окремих слів чи їх елементів" [25: 48].

Ці думки становлять передумову для сучасних досліджень у галузі літературознавства, де образ розглядається як важлива складова поняття дискурсу. Мінімальну одиницю образної інформації В. Зарецький визначає як мікрообраз (наприклад, образне вираження, образ-назва, образ-тропа і т.д.) [25: 49].

Протягом ХХ століття сформувалися два відмінні підходи до розгляду сутності художнього образу. Одні вчені, такі як І. Роднянська, розглядали художній образ у літературі як виключно мовне явище, що є властивістю мови художніх творів. Інші, такі як П. Палієвський, бачили в ньому більш складне явище, яке втілюється в змісті художнього твору, охоплюючи не лише деталі зовнішньої форми, а й внутрішньої, що стосується створення образів та їх ритмічної виразності.

У ХХ ст. одним із провідних законів творення художніх образів визначається типізація людських характерів і явищ дійсності, яка, на думку В. Кудіна, є «основою змісту певного художнього твору [20: 5].

П. Ньюмарк, разом з численними іншими теоретиками перекладу, наголошує на значенні творчого підходу до перекладу. Він приводить приклади ситуацій, коли перекладачам необхідно виявляти креативність: «лексичні одиниці, що відображають реальність, транскультурні елементи, концептуальні терміни, специфічні синтаксичні та граматичні конструкції, культурні метафори (ідіоми, прислів'я, каламбури, нові слова), музичні елементи і т. д.» Його ідея полягає в тому, що для успішного перекладу цих лексичних одиниць потрібний досвід і творчий підхід перекладача, щоб досягти відповідного виразного ефекту у цільовій мові [67: 8].

П. Ньюмарк наголошує на тому, що включення додаткових слів у перекладі може стати корисним засобом передачі інформації [67: 9]. З свого боку, М. Бейкер [52: 60] розглядає конкретну трансформацію як додатковий аспект, який допомагає роз'яснити культурні різниці між оригінальною мовою та мовою перекладу. Вона також відмічає необхідність виключення деяких слів,

оскільки вважає, що "виключення лексичного елемента пов'язане з граматичною або семантичною структурою мови-рецептора. З її погляду, іноді для успішного перекладу перекладачам доводиться виконувати виключення, щоб зменшити відмінності між мовами оригіналу та перекладу.

Різні вчені-перекладачі мають відмінні визначення перекладацьких стратегій. Можна стверджувати, що тип тексту є ключовим чинником у виборі стратегії для конкретної перекладацької ситуації. П. Ньюмарк зауважує, що коли точність мови у тексті має значення, перекладачі мають застосовувати певні стратегії, що забезпечують відповідність до цільового тексту [68: 74]. У свою чергу вчений також розглядає процес перекладу як вибір, тому його концепція полягає в тому, що перекладачі повинні мати достатні навички для визначення найбільш ефективної стратегії перекладу [68: 8].

А. Бібі стверджує, що цільова аудиторія є визначальним фактором вибору стратегії перекладу. Це вказує на те, що перекладачі повинні знати, кому вони перекладають. Аудиторія є важливим фактором, оскільки вона є основним компонентом контексту, без якого перекладачі навряд чи можуть зрозуміти текст оригіналу. Перекладачі не можуть ретекстуалізувати текст оригіналу у цільовий текст, якщо контекст недоступний. Він додає, що цільовий текст повинен бути адаптований і розроблений відповідно до потреб і очікувань аудиторії [54: 62].

В. Коптілов висловлює думку, що переклад, разом з іншими формами запозичення, дозволяє осмислити духовні цінності різних племен і народів, що є близькими чи давніми, і розширює коло власних уявлень про світ [14: 5].

Проблема перекладу та тлумачення привертає увагу дослідників літератури. У «Словнику іншомовних слів» термін «інтерпретація» визначається як роз'яснення, тлумачення або розкриття значення чого-небудь. Сучасні літературознавці розглядають інтерпретацію як процес осмислення ідейно-естетичної, смислової та емоційної інформації, яка міститься у художньому творі, і який здійснюється через відтворення авторської концепції

та розуміння його внутрішнього змісту. Згідно з тлумаченням О. Журавльової, інтерпретація включає розуміння особистого значення тексту та вираження. Для перекладача важливо передати не свої власні думки, а дати можливість виявити інше, тоді як для інтерпретатора пріоритетом є показати власне розуміння іншого. Г. Сивокінь, теоретик літератури, описує явище сприйняття художнього твору як акт подвійної інтерпретації об'єктивної реальності, яка відображена у творі, і це може призводити до різних тлумачень твору. Він вважає, що рецепція включає в себе погляди автора, персонажів та читача, що впливає на спосіб, яким твір сприймається читачем. [35: 249].

У процесі рецепції художнього твору роль перекладача та читача відрізняються. Перекладач спочатку виступає як читач, спробовавши зрозуміти структуру, зміст і поетику тексту, а потім інтерпретує його, перетворюючи на новий мовний код культури. З іншого боку, читач часто не знає ні автора, ні самого твору, і перекладач виступає основним посередником між ним і оригіналом, і тому сприймає готовий текст перекладу як вже даність, що визначає ситуативний характер його інтерпретації. Проблема адекватного сприйняття художнього твору особливо актуальна для перекладача, оскільки він має не лише власну інтерпретацію, а й повинен слідувати задуму автора. Перекладацька інтерпретація відрізняється від читацької тим, що вона спрямована на осмислення тексту в дискурсивному плані з самого початку. Варто зауважити, що різні читачі виділяють з художнього тексту різні рівні смислової та естетичної інформації в залежності від їхньої ерудиції, особистих уподобань і побажань, тоді як перекладачу необхідно врахувати глибину розуміння та сприйняття авторської концепції світу, передати авторський стиль та врахувати особливості сприйняття цільовою аудиторією. У монографії «Теорія відносності художнього перекладу: літературознавчі проєкції» Мар'яна Лановик відзначає, що перекладознавство не завжди адаптоване до сучасних літературознавчих підходів, таких як архетипна критика, психоаналіз,

феноменологія і літературознавчий ірраціоналізм, тому важливо враховувати поліфонію різноманітних підходів до проблем художнього перекладу [22: 19].

Проводячи аналіз різних теорій, авторка покладає фундамент під перекладознавче дослідження на основі літературної теорії, користуючись гнучкими підходами, які розроблені у цій галузі як лінгвістами, так і літературознавцями. Вона визнає важливість «сфери інтерпретації» та потребу в «синтезі різних підходів та спільних зусиль... багатьох наукових сфер». Згідно з дослідженням М. Лановик, різні підходи пропонують різні способи створення та сприйняття значень і цінностей, різний статус ідей, але всі вони розглядають саму природу тексту чи твору, а також причини його трансформацій [22: 401]. Авторка розглядає переклад як «проблему світоглядну, що охоплює усі сфери людського буття». Одержати переклад, що найбільш точно передає оригінал, це кінцева мета, проте перекладознавчі проблеми отримують своє теоретичне вирішення, а талант перекладача реалізує це на практиці.

Е. Бруздзяк наголошує на значущості глибоких знань у перекладацькій діяльності. Ці знання стосуються як оригінального тексту, так і тексту, який перекладається. Він вважає, що у випадках культурної або мовної неперекладності, викликані ідеологічними, стилістичними або культурними причинами, формальна еквівалентність є найбільш оптимальним варіантом [56: 64].

Отже, переклад не обмежується простою заміною слів однієї мови на інші; це складний процес, що вимагає уважного розуміння мети перекладу, контексту та аудиторії. Вибір стратегії перекладу залежить від численних факторів, включаючи тип тексту, його мету та адресатів. Важливою частиною цього процесу є передача образів, що може вимагати використання різних стратегій, таких як лінгвістична еквівалентність, контекстуальне розуміння, культурна адаптація, емоційна виразність та творчий підхід. Розуміння та вміння застосовувати ці стратегії відіграють ключову роль у досягненні точного та ефективного перекладу, який враховує потреби та очікування аудиторії.

1.3 Особливості кінодискурсу та труднощі його перекладу

Сучасний кінодискурс, який об'єднує різноманітні наукові напрямки, відіграє ключову роль у дослідженнях лінгвістики, літературознавства, соціолінгвістики, лінгвістичної та філософської антропології, філософії семіотики та кіносеміотики, критичного дискурс-аналізу та теорії кінематографу. Дослідники вважають, що кінодискурс має універсальні категорії текстового дискурсу, які є ключовими для розуміння художнього дискурсу загалом. Проте, особливості цих категорій у контексті кінодискурсу визначаються двома рівнями його структури: звуковим і візуальним. Ця полікодова природа кінодискурсу призводить до змін і модифікацій у способах його тлумачення.

Дискурсологія, подібно до лінгвокультурології, з'явилася в останній половині ХХ століття і відкрила новий напрямок досліджень у лінгвістиці — аналіз дискурсу, як феномену глибшого і багатопланового, ніж просто мова або текст. Многозначність цього терміну пов'язана, насамперед, зі зростаючим інтересом до його вивчення як з боку лінгвістики, так і з боку інших гуманітарних наук, таких як філософія, історія, дискурсивна психологія та інші.

Дещо інакше трактує дискурс британський лінгвіст П. Метьюс, називаючи *дискурсом* будь-яку зв'язкову послідовність речень, в усній або письмовій формі» [64: 88].

В західній лінгвістиці поряд з термінами «кінодискурс» (cinematic discourse) і «кінодіалог» (film dialogue) існує концепція «дискурсу кінофільму» (film discourse), який використовується у специфічному контексті і не є взаємозамінним з попередніми.

М. Дайнел, польський лінгвіст, розглядає це поняття як мову акторів, сполучену з невербальною комунікацією, яка включає як широке, так і вузьке тлумачення. У широкому розумінні, невербальна комунікація враховує всі невербальні повідомлення і знаки, що впливають на інформаційні процеси, в

той час як у вузькому сенсі вона обмежується лише немовними феноменами, що взаємодіють з вербальною мовою. Дайнел робить паралель між дискурсом фільму і кінодискурсом, вказуючи на їх різницю, оскільки останній охоплює широкий спектр кінематографічних прийомів, що досліджуються не лише в рамках лінгвістики [59: 41].

Виходячи з розуміння кінодіалогу, яке, наприклад, представляє С. Козлофф, дослідник англomовних фільмів, це сукупність всіх ліній, що містять розмовний елемент у фільмі [62: 213].

Згідно з словами словацького лінгвіста Я. Хованець, дискурс кінофільму може бути розглянутий як художня, неаутентична, сценічна розмова між художніми персонажами [57: 245].

Між дискурсом кінофільму та дискурсом живої мови існують певні протиріччя, такі як: підготовленість і спонтанність, стійкість і ефемерність, комунікативний намір мовця і просте відтворення слів актором. Деякі дослідники лінгвістики стверджують, що дискурс кінофільму є штучним та антиемпіричним через те, що він заздалегідь запланований, записаний у сценарій, переписаний, цензурований, відредагований, відрепетируваний і показаний на екрані.

С. Козлофф вказує на неправомірність порівняння діалогу в кіно з діалогом у природній мові. У кінематографічному світі діалог може намагатися імітувати природну мову, але лише в межах цього. Основне розбіжність між цими явищами полягає в тому, що діалог в кіно націлений, переважно, на те, щоб передати інформацію глядачеві, тоді як у природному спілкуванні співрозмовники не акцентують увагу на інформації, вже відомій співрозмовнику, і, отже, слова в кіно мають подвійний ефект [62: 159].

Важливим для дослідження є той факт, що дискурс кінофільму часто проникає в повсякденну мову. Індивіди інтегрують мовні елементи з фільмів у свої мовні звичаї, використовуючи їх для дотепів або алюзій. Це може бути

виявлено у використанні певних фраз з кінофільмів, які стають популярними та відомими.

Дискурс у кінофільмах має багато рис, які можна зустріти у реальних комунікативних ситуаціях. Проте в ньому можна виділити такі особливості, які є характерними саме для кінодискурсу. Наприклад, у вербальних взаємодіях між персонажами можуть виявлятися аспекти, які зазвичай рідко зустрічаються в реальному мовленні або, принаймні, не в такій виразності.

Дослідник корпусної лінгвістики П. Квагліо вивчивши дискурс американського серіалу «Друзі», відомого як “Friends”, прийшов до висновку, що мова у цьому серіалі відрізняється більшою ясністю, насичена лінгвістичними емоційними виразами та інформацією, та містить менше оповіді. Також помилки у вимові, лінгвістичні неточності, уточнення, поправки та інші мовні недоліки, які зазвичай характерні для повсякденного мовлення, у фільмі зустрічаються надзвичайно рідко [71: 190].

Причиною можливої відмінності між дискурсом кінофільму та дискурсом живої мови є необхідність, щоб художній діалог був доступним та зрозумілим для глядача. Це означає, що всі дані включаються в комунікативний процес, навіть якщо немає конкретної необхідності в передачі будь-яких конкретних значень.

Отже, ми можемо зробити висновок, що дискурс кінофільму є самостійною категорією, в якій ключовим елементом є кінодіалог. Цей дискурс об'єднує в собі як риси, притаманні живій мові (такі як спонтанність, ефемерна структура, наявність комунікативного наміру), так і характеристики сценічного діалогу (статичність, підготовленість, відсутність комунікативного наміру у мовця). Дискурс кінофільму відображає мовні зразки сучасного мовлення, будується на засадах спонтанної комунікації та має унікальну здатність проникати в повсякденний дискурс. В порівнянні з дискурсом живої мови, він характеризується вищою чіткістю та повнотою інформації, а також більшою різноманітністю мовних елементів, що залежить від жанру фільму.

Аудіовізуальний переклад, що застосовується в телевізійній галузі для фільмів та інших аудіо- та відеопродуктів, це процес перекладу, який включає вербальний супровід до відеоряду. Його основною рисою є узгодження між вербальною та невербальною складовими [2: 3].

На сьогоднішній день процес кіноперекладу, починаючи з моменту отримання замовлення студією, включає кілька ключових етапів: переклад, редакція та інтеграція перекладу в кінофільм (якщо це озвучування, то це включає тонування та перезапис, якщо це субтитрування - технічне виконання). Передперекладні фактори, які впливають на загальну якість кінцевого продукту, включають обмежений час, виділений на виконання завдання; низький рівень оплати праці виконавців; недостатня кількість кваліфікованих фахівців з професійною підготовкою; відсутність необхідних допоміжних матеріалів (таких як монтажні листи та пояснення); та політику замовника (наявність або відсутність стилістичних посібників і / або супервайзера) [62: 85].

Під час етапу озвучення кінофільму можуть відбуватися зміни в просодиці та лексиці, які впливають на відповідність перекладу оригіналу. Ці розбіжності часто виникають не внаслідок свідомих вирішень, а через особливості перетворення письмового тексту на усне мовлення та загальних принципів роботи. Наприклад, візуальний аспект дубльованого фільму може бути обмеженим лише зображенням говоріння персонажів. Більше того, іноді актори не можуть ознайомитися з усім фільмом і працюють лише над окремими сценами, в яких озвучують свої персонажі. Технічні обмеження призводять до того, що репліки кожного виконавця записуються окремо, без взаємодії з іншими акторами, як це було раніше. Крім того, в деяких випадках зміни від початкового тексту робляться за вимогою замовника [62: 85].

Проблематика аудіовізуального перекладу, розглянута у роботі С. Баснетт щодо перекладу п'єс для їх подальшої постановки [53: 74], може мати застосування і у контексті кінодискурсу. Вона вказує на те, що драматичний

текст є лише одним з компонентів в ряду взаємопов'язаних систем, що становлять дійство. Отже, для його перекладу необхідно враховувати взаємозв'язок слів з майбутніми діями, ритм, інтонаційну виразність, тон і гучність висловлювань, а також відображати в тексті на приймаючій мові ті структурні особливості оригіналу, що визначають потенціал його сценічної реалізації, навіть якщо це може призвести до значних змін у лінгвістичному та стилістичному аспектах.

С. Баснетт вважає, що значення таких аспектів театрального дискурсу, як «вистава на сцені» і «спрямованість на аудиторію», виправдовують необхідність внесення змін у початковий текст і підкреслюють важливість збереження функціональної ролі діалогу під час його перекладу як складової частини вистави. С. Баснетт також зазначає, що переклад кінематичних текстів ускладнюється необхідністю врахування кінетики візуальних компонентів при дублюванні і швидкості читання для субтитрів [53: 74].

До лінгвістичних проблем кіноперекладу входить широкий спектр складнощів, пов'язаних з передачею лексики, граматичних структур, особливостей мовного стилю, а також використання виразних засобів мовлення. Серед таких проблем можна виділити інвективи, терміни, мовленнєві вставки з інших мов, контаміновану мову та багатомовність. Складнощі у перекладі «мовної манери» кіноперсонажів пов'язані з тим, що літературний діалог має балансувати між «вільністю форми» та «мовною автоматикою», стандартами мовлення [53: 74].

Соціокультурні аспекти мови, які становлять виклик для кіноперекладу, включають такі елементи, як реалії (лексика, яка не має точного еквіваленту), власні імена, ідіоми, жаргонізми, діалектні особливості та гумор. Крім того, на переклад можуть впливати невербальні аспекти соціокультурного характеру, які виявляються у візуальному і звуковому виконанні кінофільму. Семіотичні обмеження стосуються взаємодії вербальних, візуальних та звукових елементів кінодискурсу. Ці фактори виражаються у вимозі до «синхронії змісту», яка є

результатом узгодження усіх аспектів кінодискурсу, зокрема, збереження зв'язності перекладеного аудіовізуального тексту на рівні діалогу, поведінки персонажів і ситуацій, що відтворюються на екрані [53: 74].

Потрібно відзначити, що для виконання аудіовізуального перекладу перекладач повинен мати ряд якостей та володіти відповідними знаннями: вміти орієнтуватися в будь-якій тематиці, розуміти мовця з будь-яким акцентом або мовним стилем, володіти психологічною готовністю перекладача та аналітичними здібностями [76: 30].

Отже, на етапі озвучування кінофільмів виникають виклики, пов'язані з модифікаціями на рівні просодії та лексики, що можуть впливати на змістову відповідність перекладу оригіналу. Під час аудіовізуального перекладу важливо зберігати функції діалогу та враховувати кінетику візуальних елементів та технічні обмеження, які можуть ускладнювати процес. Крім того, лінгвістичні та соціокультурні проблеми, такі як передача лексики та ідіом, також впливають на якість перекладу, що вимагає від перекладача ретельного розуміння різних мовних контекстів та вміння адаптуватися до різних мовних ситуацій.

Висновки до розділу 1

1. Перший пункт було присвячено дослідженню теоретичних джерел стосовно тематики. Було з'ясовано, що художній образ – це спосіб відображення або перетворення дійсності через образну мову, стиль автора, який спрямований на формування у читача або слухача твору певної картини того, що відбувається в тексті, з метою естетичного, пізнавального та ідейно-емоційного впливу на людину. Також, було наведено класифікацію художніх образів, яка включає в себе: елементарний рівень (словесна образність – стилістичні фігури, тропи); образи-деталі; пейзаж, натюрморт, інтер'єр. Було зазначено, що в ході перекладу художніх образів, перекладачеві необхідно застосовувати цілий комплекс перекладацьких трансформацій. Перекладацькі

трансформації – процес перекладу, в ході якого система смислів, укладена в мовних формах вихідного тексту, сприйнята і зрозуміла перекладачем в силу його компетентності, трансформується природним чином внаслідок міжмовної асиметрії в більш-менш аналогічну систему смислів, що обліковується у форми мови перекладу.

2. Другий пункт було присвячено дослідженню теоретичних джерел стосовно стратегій для дослідження образу. Розглянуто які існують класифікацію стратегій перекладу різних вчених-перекладачів, адже всі по-різному визначають перекладацькі стратегії.. З'ясовано важливість фундаментальних знань для перекладачів; а також те, що вибір стратегій перекладу залежить від багатьох факторів, таких як тип тексту, його мета та аудиторія.

3. Третій пункт було присвячено дослідженню поняття кінодискурсу, а також розглянуто перекладацькі проблеми кінодискурсу. Проведений аналіз показує, що кінодискурс є більш широким поняттям, ніж «кінотекст» і «кінодіалог», що включає в себе різні кореляції з іншими областями науки, такими як література, театр, мистецтво тощо. Окрім того, саме у кінодискурсі відбувається остаточна інтерпретація сенсу, закладеного в фільмі. При цьому кінотекст є фрагментом кінодискурсу і включає в себе дві гетерогенні семіотичні системи: лінгвістичну і нелінгвістичну, кінодіалог постає як лінгвістична складова фільму. Тому аудіовізуальні образи, якими оперує кінематограф стають незамінними елементами нового дискурсу модерну, який є джерелом соціального, культурного, психологічного, а також лінгвістичного знання. Щодо мовних характеристик, то слід зауважити, що у фільмі мова стає біднішою, оскільки діалогічне мовлення – це переважно розмовно-побутовий стиль, якого характеризують загальна лексика та зміни у синтаксичній структурі речень. Речення у фільмі зазвичай прості, не ускладнені, насичені вигуками та паузами і легкі для сприйняття на слух. Кінодискурс слід розуміти як процес відтворення і сприйняття сенсу фільму. Часто на шляху до ідеального

перекладу стоїть геть інша система цінностей і понять, і саме тому цей ідеальний переклад не може бути виконаний, адже при спробі переказу іншокультурних реалій та цінностей неминуче втрачається оригінальний зміст. Проте наближеним до ідеального переклад кінотексту може зробити не лише адекватне декодування його смислового наповнення, але й відтворення автентичних інтонацій героїв, повноцінне вираження інтенцій, закладених сценаристом і кінорежисером, завдяки чому глядачеві стає легше зрозуміти те, що відбувається на екрані.

РОЗДІЛ 2

ТИПОЛОГІЯ І ФУНКЦІЇ ОБРАЗУ ЖІНКИ У КІНОДИСКУРСІ

2.1 Вербалізація образу жінки у англійськомовному фільмі «Барбі»

Фільм «Барбі», який вийшов на екрани у 2023 році, представляє собою не лише розважальний продукт, але й складний культурний текст, що пропонує багатогранну вербалізацію образу жінки. Відображення жіночих персонажів у цьому фільмі можна розглядати крізь призму кількох важливих аспектів: мовна репрезентація, гендерні стереотипи та еволюція жіночого образу в сучасній кінематографії.

Одним з ключових елементів вербалізації образу жінки у фільмі є діалоги та монологи персонажів, які розкривають внутрішній світ героїнь, їхні прагнення, страхи та мрії. Центральний персонаж, Барбі, виступає не лише лялькою, але й живою істотою з комплексною особистістю. Її мовлення відображає високий рівень самосвідомості та критичного мислення, що протиставляється стереотипному уявленню про ляльку як символ поверхневості та конформізму. Таким чином, через діалоги Барбі демонструється глибина її характеру, яка розкривається через використання складних мовних конструкцій, багатозначних висловів та іронії.

Крім того, фільм активно використовує метафори та символи для створення багатогранного образу жінки. Наприклад, сцени, де Барбі взаємодіє з іншими персонажами, підкреслюють її силу та незалежність. Водночас, ці сцени також ілюструють конфлікти, що виникають через традиційні гендерні ролі, які нав'язуються суспільством. Мовні засоби, що використовуються у фільмі, сприяють деконструкції цих стереотипів, показуючи жінок як самодостатні особистості з власними поглядами та почуттями.

Аналізуючи вербалізацію образу жінки у фільмі «Барбі», можна також звернути увагу на використання різних реєстрів та стилів мовлення, що

відображають соціокультурне різноманіття жіночих персонажів. Це включає в себе як високий стиль, що використовується для підкреслення важливості певних моментів, так і розмовну мову, що робить героїнь більш доступними та зрозумілими для глядачів. Таке поєднання різних мовних стилів допомагає створити цілісний та реалістичний образ жінки, яка не обмежується рамками одного стереотипу або ролі.

У контексті дослідження образ жінки моделюється як лінгвокогнітивне утворення, що включає вербальний і концептуальний. Концептуальний аспект представлений концептом ЖІНКА, який конструюється понятійним (неметафоричним) та образним (метафоричним) компонентами. Поняттєвий компонент концепту ЖІНКА становлять відповідні концептуальні ознаки доросла, жіноча, людська істота, вербалізовані у значенні лексичної одиниці жінка. Оскільки концепти переважно структуруються метафорично, доцільно звернутися до метафоричного компонента концепту ЖІНКА.

Фільм «Barbie» (2023) не тільки є популярним кінофільмом, але й глибоким культурним явищем, що відображає сучасні тенденції та проблеми суспільства. У цьому дослідженні ми розглянемо фільм через призму концептуальних метафор, зокрема, ЖІНКА Є МАТИ, ЖІНКА Є СЕКСУАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ, ЖІНКА Є ІГРАШКА, та СВОБОДА. Ці метафори допоможуть нам зрозуміти, як образ жінки представлений та осмислений у сучасному медіапросторі.

Вже на початку фільму, у першій сцені, ми бачимо своєрідний «феміністичний протест», коли дівчата, граючи зі своїми ляльками, відтворюють роль матері. Проте поява елегантної та чарівної Барбі викликає рефлексію, і вони розбивають свої ляльки. Цей епізод ілюструє базову концептуальну метафору ЖІНКА Є МАТИ, яка передбачає, що жінка з самого початку свого життя призначена бути матір'ю [11: 2].

Концептуальна метафора ЖІНКА Є МАТИ відображає традиційне сприйняття жінки як основної відповідальної за народження та виховання дітей.

У цьому контексті жінка сприймається як центральна фігура в сім'ї, яка забезпечує емоційну підтримку та фізичний догляд. Її роль матері включає передачу культурних і моральних цінностей наступним поколінням. Вона часто асоціюється з жертовністю та безкорисливістю. Це сприйняття може підкріплювати гендерні стереотипи, обмежуючи жінок у інших соціальних і професійних ролях. Однак, воно також визнає важливість та складність материнства як соціально значущої функції.

Сучасне суспільство часто піддає критиці молодих жінок, які не прагнуть створення сім'ї та материнства. У фільмі, навпаки, вагітна лялька вважається дивною: (9) *“Midge was Barbie’s pregnant friend. Let’s not show Midge actually. She was discontinued by Mattel because a pregnant doll is just too weird”* (BS, URL). Це висвітлює іронію та відрив від традиційних очікувань щодо ролі жінки як матері. Це підкреслює амбівалентність суспільного ставлення до материнства: воно водночас шановане і маргіналізоване, а також вказує на складність суспільного сприйняття материнства як чогось незвичного і неоднозначного.

У фільмі «Барбі» материнство представлено через різні аспекти жіночого життя. В одній з сцен Барбі говорить: (2) *“Look at it. All of these women are Barbie. And Barbie is all these women”* (BS, URL). Ця фраза підкреслює ідею, що кожна жінка має потенціал бути різною, включаючи і роль матері.

(94) *“You’re supposed to LOVE being a mother but don’t talk about your kids all the damn time”* (BS, URL). Це речення ілюструє очікування суспільства від жінок любити роль матері, але водночас не перебільшувати з обговоренням своїх дітей. Це підкреслює тиск на жінок відповідати певним соціальним нормам, залишаючись у рамках очікувань щодо поведінки та комунікації.

У фільмі материнство часто представлено як робота, що вимагає постійної уваги та зусиль. (67) *“I’m just a boring Mom with a boring job and a daughter who hates me. Can you blame me for wanting a little fun?”* (BS, URL).

Також ця метафора показує домогосподарство як важку рутину, яка виснажує жінку.

Материнство також виступає як безпечний простір для дитини, де вона може знайти розраду та захист (107) “*We mothers stand still so our daughters can look back to see how far they’ve come*” (BS, URL). Цей приклад відображає жертвовність матерів, які забезпечують стабільність і підтримку, дозволяючи своїм дочкам досягати успіху. Воно підкреслює роль матері як фундаментальної опори для розвитку та успіху наступного покоління.

У фільмі також акцентується концептуальна метафора ЖІНКА Є СЕКСУАЛЬНИЙ ОБ’ЄКТ. Ця метафора характеризує жінок виключно через призму їхньої сексуальності. Цей підхід зосереджується на зовнішності та привабливості жінок, часто ігноруючи їхні особистісні якості та професійні досягнення. У цьому контексті жінка сприймається як засіб для задоволення сексуальних бажань, що підсилює гендерну нерівність і об’єктивацію. Таке уявлення може призвести до сексуальних домагань і дискримінації на робочому місці. Воно також негативно впливає на самовідчуття та самооцінку жінок, знижуючи їхню суб’єктність. Критика цієї метафори підкреслює необхідність змін у соціальному сприйнятті та політиці щодо жінок.

(72) “*It’s happening. That thing we could never imagine. If we don’t get my Words Lady - Executive Assistant - Executive Words Lady and someone who is probably her daughter*” (BS, URL). Ця фраза підкреслює об’єктивацію жінок через їхні професійні ролі, знецінюючи їх до зовнішнього вигляду та підлеглості. Вона відображає стереотипне сприйняття жінок як об’єктів, які виконують другорядні функції, навіть у професійному контексті.

В одній зі сцен між поліціантами звучить діалог: (41) “- *She’s even sexier in clothes.* - *I know, because you can imagine more*” (BS, URL). Ця фраза підкреслює об’єктивацію жінок у суспільстві, зображуючи Барбі як об’єкт бажання. Ця метафора вказує на те, що професійний статус жінки може робити її більш привабливою, але також обмежує її до певних очікувань суспільства.

Сцена, де Барбі потрапивши в реальний світ завітала до головного офісу Мател і після знайомства з кожним чоловіком в кімнаті кожен з яких займає високу посаду прозвучала фраза від одного зі стажерів в тій компанії, (58) *“I’m a man with no power, does that make me a woman?”* підкреслює ідею, що жінки для чоловіків не мають ніякої цінності. Тобто чоловік без влади це теж саме що жінка (BS, URL).

Фраза (61) *“GET IN THE BOX YOU JEZEBEL!”* відображає символічну боротьбу з контролем суспільства над жіночою сексуальністю та поведінкою (BS, URL). Слово *“Jezebel”* є біблійним посиланням на негативний образ жінки, що асоціюється зі спокусою, аморальністю та викликом традиційним нормам. Воно стало культурним ярликом для жінок, яких суспільство вважає надто сексуальними чи незалежними. Наказ *“GET IN THE BOX”* є метафорою для обмеження або "втискання" жіночої свободи та автономії в суворі рамки. Жінка, яку називають *“Jezebel”*, стає об’єктом осуду, і від неї вимагають підкоритися певним соціальним стандартам та обмеженням. Таким чином, ця фраза виражає спроби суспільства пригнічувати або контролювати жінок, зокрема їхню сексуальність та поведінку, щоб вони відповідали суспільним очікуванням і уникали вільної самовираженості. Фраза підсилюється параграфемними засобами – використанням великих літер.

Фільм «Барбі» піднімає важливі питання про те, як суспільство сприймає жінок як сексуальні об’єкти. Це проявляється у багатьох сценах, де жінок зводять до їхньої зовнішності або сексуальності, а не визнають їх як повноцінних особистостей зі складними внутрішніми світами та різноманітними ролями в житті. Одним із таких прикладів є сцена, де директор компанії Мател говорить: (60) *“I am the son of a mother, I am the mother of a son, I am the nephew of a woman aunt, some of my best friends are Jewish..”* цим самим абсолютно знецінюючи жінок (BS, URL).

“Women are the freaking foundation of this long phallic building!” (BS, URL)
- Ця фраза символізує жінок як основу, на якій будується суспільство, але

описує цю будівлю в термінах, що натякають на сексуальність і чоловіче домінування. Вона підкреслює те, як жінки часто сприймаються не як повноцінні особистості, а як основа для чоловічих структур і символів влади. Це нагадує про необхідність перегляду таких уявлень та більш глибокого розуміння ролі жінок у суспільстві як автономних та багатогранних особистостей. Вона також вказує на важливу роль жінок у підтримці та розвитку суспільства, проте зводить їх до фалічного символу, підкреслюючи сексуальну конотацію. Це спотворює їхню багатогранність і складність, зводячи їх до сексуальних об'єктів у рамках чоловічих уявлень та фантазій.

Концептуальна метафора ЖІНКА Є ІГРАШКА представляє жінок як об'єкти для розваг та маніпуляцій. У цьому контексті жінки часто зображуються як пасивні та безвольні, що підкорюються бажанням інших. Така метафора підтримує уявлення про жінок як про беззахисних і залежних, що можна використовувати на власний розсуд. Це сприйняття може призвести до знецінення жіночої праці та здібностей. Воно також сприяє культурі насильства та експлуатації. Критикування цієї метафори є важливим кроком до подолання гендерної дискримінації та сприяння рівності.

(21) *“I heard that she used to be the most beautiful Barbie of all but then someone played too hard with her in the Real World...”* (BS, URL). Це речення ілюструє концепцію жінки як іграшки, яку можна використовувати та пошкодити. Воно відображає уявлення про жінок як про об'єкти, які втрачають свою цінність через надмірне або неправильне використання.

Фільм іронічно показує місце жінки у суспільстві, де вона виступає як прикраса для чоловіка: (75) *“I like being a helpful decoration”* (BS, URL).

Барбі, будучи іграшкою, символізує не тільки дитинство та гру, але й певні обмеження. (48) *“Okay, so you're like BARBIE Barbie. Like a professional bimbo?”* (BS, URL). Це питання підкреслює стереотипи, пов'язані з Барбі як з іграшкою.

Барбі представляє різні ролі, які можуть взяти на себе жінки. (31) *“I’m not Adventure Barbie, I’m Stereotypical Barbie. I’m like the Barbie you think of when someone says “think of a Barbie” and that’s me!”* (BS, URL).

(38) *“Have I died and gone to heaven because you’re an angel”* (BS, URL). ця фраза підкреслює об’єктивацію жінок як іграшок.

Концептуальна метафора ЖІНКА Є СВОБОДА відображає сучасне прагнення жінок до незалежності та самовизначення. У цьому контексті жінка сприймається як особистість, яка має право на власний вибір та автономію. Це включає можливість реалізовувати свої професійні, особистісні та соціальні амбіції без обмежень. Така метафора протистоїть традиційним уявленням про жінок як залежних та підкорених. Вона підкреслює важливість рівних прав та можливостей для всіх, незалежно від статі. Поширення цієї метафори сприяє розвитку суспільства, де кожна людина може бути вільною і самодостатньою.

Концептуальна метафора ЖІНКА Є СВОБОДА виявляється через прагнення головних героїнь до самореалізації та незалежності. Цей аспект яскраво ілюструється у фінальних сценах, коли Барбі знаходить себе поза межами традиційних очікувань і стандартів.

У фільмі Барбі також виступає як символ свободи та емансипації. (52) *“I am powerful and until you showed up here and declared yourself “Barbie”, I hadn’t thought about you in years, you FASCIST”* (BS, URL).

Фраза (74) *“You can stay here if you want as my bride-wife or my long-term-lowcommitment-distance girlfriend”* підкреслює ідею вибору та свободи в особистих відносинах (BS, URL). Ця метафора демонструє вибір жінки між традиційними та сучасними ролями у відносинах.

“I’m just going sit here and wait and hope that one of the more leadership oriented Barbies snaps out of it and does something about this whole mess” ця фраза вказує на внутрішній бунт та бажання змін (BS, URL).

Це бажання бути творцем, а не просто об’єктом, відображає глибоке прагнення до свободи та самовираження. У сучасному суспільстві жінки часто

стикаються з очікуваннями бути "продуктом" певних ідеалів та стереотипів. Проте прагнення Барбі вийти за межі цих обмежень і стати активним учасником творення сенсів символізує боротьбу за емансипацію та автономію.

У фільмі Барбі також виступає як символ свободи та емансипації. Одним з найбільш яскравих проявів цієї метафори є прагнення Барбі не бути просто об'єктом, а стати суб'єктом, який створює сенси та уявляє нові можливості. У фільмі Барбі говорить: (106) *"I want... I want to be part of the people that make meaning, not the thing that's made. I want to be the one imagining, not the idea itself"* (BS, URL).

Ця фраза є потужною метафорою свободи, яка підкреслює важливість самовираження та творення власної реальності. Вона відображає прагнення до емансипації та виходу за межі традиційних ролей, які накладає суспільство. Барбі, як символ свободи, надихає на переосмислення власної ролі в суспільстві та на активну участь у створенні нових сенсів та реальностей.

Концептуальна метафора ЖІНКА Є ЛІДЕР підкреслює здатність жінок до керівництва та прийняття важливих рішень. У цьому контексті жінка розглядається як компетентний та ефективний керівник, здатний організувати та надихати інших. Це уявлення підриває стереотипи про те, що лідерські якості притаманні лише чоловікам. Визнання жінок-лідерів сприяє рівності у професійному середовищі та розширенню можливостей для жінок у різних сферах. Також це допомагає створювати різноманітні команди, що покращує продуктивність і інноваційність. Поширення цієї метафори є важливим для побудови справедливого і інклюзивного суспільства.

(1) *"Barbie changed everything. Then she changed it all"* (BS, URL). Цей приклад підкреслює вплив Барбі як лідера, який здійснює значні зміни у світі. Воно відображає її здатність до інновацій та лідерства, змінюючи статус-кво.

(7) *"Thanks to Barbie all problems of feminism and equal rights have been solved!"* (BS, URL). Це речення ілюструє іронічний погляд на ідею, що Барбі як

лідерка вирішила всі проблеми фемінізму та рівних прав. Воно підкреслює її впливовість та значущість у боротьбі за рівність.

(10) “*Barbie has a great day every day, but Ken only has a great day if Barbie looks at him*” (BS, URL). Ця фраза підкреслює лідерську роль Барбі, від якої залежить добробут Кена. Воно відображає її центральне місце у відносинах та соціальній динаміці.

(57) “*But since I came all the way here could I meet the woman in charge? Your CEO?” (BS, URL). Ця репліка ілюструє очікування зустрічі з жінкою-керівником, підкреслюючи визнання її лідерської ролі та авторитету. Воно акцентує на важливості жіночого керівництва в бізнесі*

Концептуальна метафора ЖІНКА Є ІНДИВІДУАЛЬНІСТЬ фокусується на унікальності та неповторності кожної жінки. У цьому контексті жінка розглядається як особистість зі своїми унікальними талантами, здібностями та поглядами. Це підкреслює важливість самовираження та визнання індивідуальних досягнень. Така метафора протистоїть уніфікованим та стереотипним уявленням про жіночі ролі. Вона сприяє розвитку культури, де цінується різноманітність і де кожна жінка може вільно розвивати свій потенціал. Підтримка цієї метафори сприяє створенню умов для особистісного та професійного зростання жінок.

(2) “*Look at it. All of these women are Barbie. And Barbie is all these women” (BS, URL). Цей приклад ілюструє різноманіття жіночих особистостей, представлених лялькою Барбі. Він підкреслює, що кожна жінка унікальна, і водночас вони всі можуть бути втілені в одному символі, як Барбі, яка репрезентує множинність ідентичностей.*

(5) “*Because Barbie can be anything, women can be anything” (BS, URL). Цей вираз демонструє можливість для жінок бути ким завгодно, що втілюється в образі Барбі. Він підкреслює концепцію самореалізації та безмежних можливостей для жінок у виборі свого шляху.*

(3) “*She might have started out as just a lady in a bathing suit, and she became so much more*” (BS, URL). Цей приклад відображає еволюцію Барбі від простого іграшкового образу до символу жіночої багатогранності. Він підкреслює розвиток індивідуальності та розширення ролей, які можуть виконувати жінки.

(6) “*Girls can grow into women who can achieve everything and anything they set their mind to*” (BS, URL). Цей вислів підкреслює потенціал дівчаток досягати будь-яких цілей і реалізовувати свої мрії. Він відображає віру в необмежені можливості та самореалізацію кожної жінки.

(63) “- *You look different. - I’m not what I used to be. I used to be perfect. - I don’t know, I think you’re just right*” (BS, URL). Ці репліки підкреслюють зміни та еволюцію особистості, де прийняття себе таким, яким ти є, є важливішим за ідеали. Вона відображає концепцію індивідуальності, що визнає і приймає власну унікальність.

(106) “*I want... I want to be part of the people that make meaning, not the thing that’s made. I want to be the one imagining, not the idea itself*” (BS, URL). Цей вислів підкреслює бажання бути активним творцем свого життя та ідей, а не просто об’єктом чи ідеєю. Він відображає прагнення до самовираження та самостійного створення сенсу свого існування.

Концептуальна метафора ЖІНКА Є БОРОТЬБА відображає активну роль жінок у досягненні своїх прав та рівності. У цьому контексті жінка розглядається як активна учасниця соціальних змін, яка протистоїть несправедливості та дискримінації. Це підкреслює її силу, рішучість і здатність до опору. Така метафора визнає історичний внесок жінок у боротьбу за соціальні, політичні та економічні права. Вона також мотивує сучасних жінок продовжувати відстоювати свої права та інтереси. Поширення цієї метафори сприяє усвідомленню важливості гендерної рівності та справедливості у суспільстві.

(8) “*Only Barbies are Barbies, and we would argue that corporations have no “free speech” rights to begin with, so any claim on their part to be exercising a right*

is just their attempt to turn our democracy into a plutocracy!” (BS, URL). Цей приклад відображає боротьбу за справедливість та права, критикуючи спроби корпорацій узурпувати права громадян. Він підкреслює протистояння жінок проти несправедливих систем та спроб контролю.

(53) “- *You guys certainly aren't doing patriarchy well. - Oh, we're doing it well. We just hide it better now*” (BS, URL). Ці репліки ілюструють усвідомлення існування патріархату та спроби його приховати. Вона підкреслює боротьбу жінок проти прихованої дискримінації та нерівності, що залишаються актуальними.

(94) “IT IS LITERALLY IMPOSSIBLE TO BE A WOMAN!” (BS, URL). Цей вислів відображає труднощі, з якими стикаються жінки у суспільстві. Він підкреслює їхню боротьбу з численними соціальними очікуваннями та тиском. Засобом підсилення труднощів виступають також параграфемні засоби.

(94) “*And if all that is also true for a doll just representing a woman then I don't even know!*” (BS, URL). Цей приклад підкреслює усвідомлення, що навіть іграшкове зображення жінки стикається з тими ж проблемами, що й реальні жінки. Він відображає боротьбу за визнання складнощів та несправедливості, з якими стикаються жінки.

Концептуальна метафора ЖІНКА Є ДРУГ та ПОДРУГА наголошує на соціальних ролях жінок як підтримуючих і надійних партнерів у міжособистісних стосунках. У цьому контексті жінка сприймається як вірний і співчутливий друг, який завжди готовий допомогти і підтримати. Це підкреслює важливість емоційних зв'язків та соціальної підтримки, яку жінки надають іншим. Така метафора визнає цінність жіночої емоційної праці у формуванні міцних і здорових стосунків. Вона також сприяє розвитку культури взаємодопомоги та співпраці. Підтримка цієї метафори є важливою для побудови гармонійних і стабільних соціальних спільнот.

(13) “*Cause we’re girlfriend boyfriend*” (BS, URL). Цей вислів підкреслює відносини між жінкою та її партнером, де вони є друзями та підтримують одне одного. Він ілюструє важливість дружби та емоційної близькості у відносинах.

(74) “*You can stay here if you want as my bride-wife or my long-term-lowcommitment-distance girlfriend*” (BS, URL). Цей приклад відображає різні форми відносин, де жінка може бути як близькою партнеркою, так і подругою. Він підкреслює важливість вибору і підтримки в різних видах стосунків.

(94) “*You’re supposed to be part of the sisterhood but also stand out but also always be grateful*” (BS, URL). Ця репліка ілюструє очікування від жінок бути частиною спільноти і водночас виділятися, залишаючись вдячними. Вона підкреслює складність балансування між індивідуальністю та підтримкою дружніх відносин.

Концептуальна метафора ЖІНКА Є СИЛА підкреслює фізичну, моральну та духовну міцність жінок. У цьому контексті жінка розглядається як сильна і витривала особистість, здатна подолати труднощі та виклики. Це уявлення сприяє руйнуванню стереотипів про жінок як слабких та беззахисних. Визнання сили жінок підвищує їхню впевненість у власних можливостях та сприяє самореалізації. Така метафора також допомагає суспільству цінувати та підтримувати силу жінок у всіх аспектах життя, включаючи професійну діяльність та особисті стосунки. Поширення цієї метафори є важливим для формування образу жінки як повноцінного і самодостатнього члена суспільства.

(35) “*We need that good feminine energy*” (BS, URL). Цей приклад підкреслює важливість жіночої енергії, яка асоціюється з силою та витривалістю. Він визнає силу жіночої присутності та її позитивний вплив.

(69) “*Women hold all major positions of power, control all the money, basically everything men do in your world, women do in ours*” (BS, URL). Ця фраза ілюструє суспільство, де жінки займають всі ключові позиції влади та контролюють ресурси. Вона підкреслює їхню силу та здатність до лідерства.

(95) *“By giving voice to the cognitive dissonance required to be a woman under the patriarchy, you’ve robbed it of its power”* (BS, URL). Цей вираз відображає силу жінок у викритті патріархальних структур. Він підкреслює, що визнання та озвучення проблем є важливим кроком у боротьбі за рівність.

Концептуальна метафора ЖІНКА Є НАСТАВНИК підкреслює здатність жінок до передачі знань та досвіду. У цьому контексті жінка розглядається як менторка, вчителька або тренерка, яка підтримує і надихає інших на розвиток та досягнення успіху. Це уявлення визнає цінність жіночого внеску у формування майбутніх поколінь та професійного зростання інших. Така метафора допомагає зруйнувати стереотипи про обмеженість ролей жінок у суспільстві. Вона підкреслює важливість жіночої підтримки та наставництва у різних сферах життя. Поширення цієї метафори сприяє створенню середовища, де кожна людина має можливість отримати допомогу та поради від досвідчених наставників, незалежно від статі.

(22) *“... and now she’s fated to an eternity of making other Barbies perfect while falling more and more into disrepair herself. And that we call her Weird Barbie all the time both behind her back and also to her face”* (BS, URL). Цей приклад ілюструє роль наставника, який жертвує собою заради вдосконалення інших. Він підкреслює складність та жертвовність цієї ролі.

(32) *“You’ll be such a hero to them!”* (BS, URL). Цей вираз підкреслює вплив наставника на інших, де жінка стає героєм і прикладом для наслідування. Він визнає важливість підтримки та натхнення, які наставник надає своїм підопічним.

(43) *“When you think of sparkle, what do you think after that? Female agency”* (BS, URL). Цей приклад підкреслює зв'язок між жіночою індивідуальністю та їхньою здатністю впливати на інших. Він визнає важливість самовираження та наставництва у формуванні особистостей.

(84) *“I’m just going sit here and wait and hope that one of the more leadership oriented Barbies snaps out of it and does something about this whole mess”*

(BS, URL). Цей вираз відображає очікування від жінок-наставників взяти на себе ініціативу та вирішувати проблеми. Він підкреслює важливість лідерства та наставництва у складних ситуаціях.

Фільм «Барбі» (2023) є не просто розважальним продуктом, а складним культурним текстом, що відображає багатогранний образ жінки через різні концептуальні метафори. Розглянувши образи жінок у фільмі крізь призму таких концептів, як ЖІНКА Є МАТИ, ЖІНКА Є СЕКСУАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ, ЖІНКА Є ІГРАШКА, ЖІНКА Є СВОБОДА, та ЖІНКА Є ЛІДЕР, можна глибше зрозуміти, як сучасне медіа осмислює та представляє жіночність.

Метафора ЖІНКА Є МАТИ демонструє традиційне сприйняття жінки як основної відповідальної за народження та виховання дітей. Фільм зображує це через численні сцени, де материнство розглядається як важлива, але часто стереотипно обмежена роль, що викликає іронію та критику з боку сучасного суспільства. Водночас метафора показує, що материнство є складною та соціально значущою функцією, яка заслуговує на визнання та повагу.

Концептуальна метафора ЖІНКА Є СЕКСУАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ підкреслює гендерну нерівність і об'єктивацію жінок, зображуючи їх виключно через призму сексуальності. Це сприяє зниженню суб'єктності жінок та підсилює гендерні стереотипи. Фільм критикує це уявлення, вказуючи на необхідність змін у соціальному сприйнятті та політиці щодо жінок.

Метафора ЖІНКА Є ІГРАШКА розкриває жінок як об'єкти для розваг та маніпуляцій, що підсилює уявлення про них як пасивних та безвольних. Цей образ критикується в контексті боротьби за рівність, оскільки він знецінює жіночу працю та здібності, сприяючи культурі насильства та експлуатації.

Метафора ЖІНКА Є СВОБОДА відображає сучасне прагнення жінок до незалежності та самовизначення. У фільмі Барбі символізує свободу та емансипацію, виходячи за межі традиційних ролей і стандартів, що накладає суспільство. Це прагнення підкреслює важливість рівних прав та можливостей для всіх, незалежно від статі.

Нарешті, метафора ЖІНКА Є ЛІДЕР підкреслює здатність жінок до керівництва та прийняття важливих рішень, що підриває стереотипи про те, що лідерські якості притаманні лише чоловікам. Фільм відображає роль Барбі як лідера, який здійснює значні зміни у світі, підкреслюючи важливість визнання жінок-лідерів у професійному середовищі та суспільстві в цілому.

Таким чином, фільм «Барбі» пропонує багатогранний аналіз образу жінки в сучасному медіапросторі, використовуючи різні концептуальні метафори для критичного осмислення та переосмислення жіночої ролі у суспільстві. Він ставить під сумнів стереотипні уявлення про жінок та пропонує нові підходи до їхнього розуміння як багатогранних особистостей з правом на власний вибір та самореалізацію. Це робить фільм не лише актуальним, але й важливим культурним явищем, яке сприяє розвитку гендерної рівності та емансипації.

2.2 Структурні моделі репрезентації образу жінки у сучасному кінодискурсі

Кінематограф як форма мистецтва та засіб масової комунікації значно впливає на формування суспільних уявлень і стереотипів, зокрема, щодо ролі та образу жінки. Одним із яскравих прикладів сучасного кіно, що активно переосмислює жіночі образи та гендерні ролі, є фільм «Барбі» 2023 року, режисером якого стала Грета Гервіг. Цей фільм представляє унікальну можливість дослідити структурні моделі образу жінки у кінодискурсі, звернувши увагу на традиційні стереотипи та їхню деконструкцію.

У кінодослідженнях жіночий образ часто розглядається як конструкція, що відображає соціокультурні норми та очікування певного часу і місця. Жіночий образ у кіно може слугувати як інструментом патріархальної ідеології, так і платформою для її критики та деконструкції. В межах кінодискурсу жінка зазвичай репрезентується через низку повторюваних образів, які включають архетипи, стереотипи та культурні символи. Ці образи можуть варіюватися від

пасивної «дами в біді» до активної «героїні-воїна», кожен з яких відображає певну гендерну політику та соціальні уявлення.

Фільм «Барбі» 2023 року є важливим з точки зору аналізу структурних моделей жіночого образу, оскільки він не лише представляє різноманітні жіночі архетипи, але й активно їх переосмислює, пропонуючи нові шляхи для розуміння гендерних ролей і ідентичностей. Цей фільм використовує образ Барбі як інструмент для дослідження тем самосприйняття, соціальної відповідальності, та індивідуальної емансипації, тим самим пропонуючи багатозарову інтерпретацію жіночого образу.

Традиційно Барбі сприймається як символ стереотипної жіночності — лялька з ідеальними пропорціями, модним одягом та бездоганним зовнішнім виглядом. Вона часто асоціюється з поверховістю, споживацтвом і обмеженими соціальними ролями. Проте фільм 2023 року переосмислює цей образ, використовуючи Барбі як феміністичний символ, що здатен розширити уявлення про жіночність і змінити існуючі стереотипи.

У фільмі Барбі зображена як персонаж, що стикається з екзистенційними кризами та питаннями самовизначення, що відходить від її стереотипного сприйняття як ляльки без глибокої особистісної основи. (92) *“And that’s Barbie Barbie, of course... she’s not dead she’s just having an existential crisis”* (BS, URL). (93) *“I’m... not... pretty... any... more... - What? You’re SO pretty. - Not “Stereotypical Barbie” pretty...”* (BS, URL). Вона не тільки розглядається як символ краси, але і як агент змін, що шукає власний шлях у світі, де її місце і роль більше не визначаються традиційними гендерними рамками. Це надає глядачам можливість переосмислити, що значить бути жінкою у сучасному суспільстві, та як гендерні ролі можуть трансформуватися під впливом змін у суспільній свідомості.

Фільм «Барбі» 2023 року пропонує кілька структурних моделей жіночої ідентичності, кожна з яких представляє різні аспекти сучасної жіночності. Серед них можна виділити кілька ключових моделей:

- Барбі як агентка змін: Ця модель демонструє жінку, яка активно прагне змінити світ навколо себе і впливає на нього через власні рішення та дії. Вона не піддається зовнішнім тискам і шукає способи вираження своєї автентичної сутності. Цей образ перекликається з сучасними феміністичними підходами, які акцентують на важливості індивідуальної емансипації та самовираження.

- Барбі як дзеркало суспільних очікувань: У фільмі також показано, як Барбі відображає соціальні очікування щодо жінок. Ця модель підкреслює роль соціальних норм та ідеалів у формуванні жіночої ідентичності. Через цей образ фільм звертає увагу на те, як жінки часто відчують тиск відповідати певним стандартам зовнішності, поведінки і ролей, які нав'язуються їм суспільством.

- Барбі як суб'єкт і об'єкт бажання: Традиційно в масовій культурі Барбі часто сприймається як об'єкт бажання, створений для задоволення чоловічого погляду. Однак у фільмі 2023 року ця модель піддається критиці і Барбі представлена також як суб'єкт, який має власні бажання та потреби. Вона стає повноцінним учасником власної історії, а не просто об'єктом чи прикрасою.

У фільмі використовуються різні архетипи для створення комплексного образу жінки, який піддається трансформації в процесі сюжету. Серед основних архетипів, представлених у фільмі, можна виділити «героїню», «матір», «мудру жінку» та «спокусницю». Кожен з цих архетипів розкривається через призму сучасної соціальної критики, що дає можливість переосмислити їхню роль у кінодискурсі.

Архетип «героїні» традиційно асоціюється з образами жінок, які перемагають великі труднощі, борються за справедливість або реалізують свої ідеали через героїчні вчинки. (32) “*You’ll be such a hero to them!*” (BS, URL). У класичних наративних структурах героїня часто проходить через шлях перетворення, що включає особистий ріст, моральні дилеми і здобуття внутрішньої сили.

У фільмі «Барбі» 2023 року архетип героїні отримує нове трактування, яке відображає сучасні соціальні і культурні зміни. Головна героїня, Барбі,

постає не лише як символ дитячих іграшок чи стереотипних уявлень про жінок, а як складна персонажка з глибоким внутрішнім світом і значним особистим розвитком.

Барбі, як героїня, стикається з різноманітними викликами, які не обмежуються лише зовнішніми перешкодами, а й включають внутрішні конфлікти і особистісні труднощі. Вона проходить через процес самоаналізу і самопізнання, який допомагає їй зрозуміти свою справжню сутність і місце в світі. Цей шлях самоідентифікації відображає сучасний підхід до героїчного наративу, де внутрішній розвиток і самопізнання є не менш важливими за зовнішні досягнення.

Барбі не лише долає особисті перешкоди, але й активно бере участь у зміні соціальних норм і стереотипів. Її героїство проявляється в боротьбі за права і рівність, що підкреслює сучасний аспект героїзму, який включає соціальну відповідальність і активізм. У фільмі вона виступає як символ боротьби проти несправедливості і стереотипів, допомагаючи розширити межі того, що вважається можливим для жінок.

Фільм «Барбі» також використовує архетип героїні для відображення сучасних ідеалів і соціальних проблем. Барбі не просто бореться з традиційними викликами героїв, а стикається з реальними питаннями, такими як гендерна рівність, особистісна свобода і соціальна справедливість. Це дозволяє фільму бути актуальним і резонувати з сучасними глядачами, надаючи архетипу героїні нові виміри і значення.

Архетип «матері» в традиційній культурі часто асоціюється з образом, що є основою домашнього вогнища, піклується про родину, виховує дітей і забезпечує стабільність та підтримку. (94) “..*You're supposed to LOVE being a mother but don't talk about your kids all the damn time...*” (BS, URL). Проте у фільмі «Барбі» 2023 року цей архетип зазнає значної трансформації, що відображає зміну ролей жінок у сучасному суспільстві та їхню багатогранність.

У «Барбі» архетип «матері» більше не обмежується лише традиційним образом берегині домашнього вогнища. Фільм зображує матір як багатогранну особистість, яка балансує між різними аспектами життя: кар'єрою, самореалізацією і турботою про родину. Ця трансформація відображає сучасний підхід до жіночої ролі, де важливо враховувати не лише традиційні обов'язки, але й особистісні амбіції та професійний розвиток.

Матір Глорія у фільмі, не лише займається вихованням дитини, але і активно реалізує свої кар'єрні і творчі амбіції. Це зображення матері як особистості, що поєднує професійний успіх і сімейні обов'язки, показує, що сучасні жінки можуть і повинні мати можливість реалізовувати свої мрії та кар'єрні цілі, не відмовляючись від родинних обов'язків. Такий підхід демонструє, що архетип «матері» може бути динамічним і адаптивним, відображаючи різноманітність сучасних жіночих ролей.

Архетип «матері» у фільмі також акцентує важливість емоційної підтримки, яку матір'ю може надати своїм дітям. Глорія втілює образ матері, яка не лише забезпечує матеріальні потреби родини, але й активно підтримує емоційний розвиток своєї дитини. Цей аспект підкреслює сучасний погляд на материнство як на процес, що включає розвиток і виховання особистісних якостей і соціальних навичок дітей.

Фільм показує, як материнський архетип адаптується до швидко змінюваних соціальних умов. Глорія як мати відображає здатність до гнучкості і адаптації в умовах сучасного світу, де зміни відбуваються швидко і часто несподівано. Цей аспект трансформації архетипу підкреслює, що сучасна мати повинна бути готовою до змін, не тільки в особистому житті, але і в соціальному і професійному контексті.

У фільмі «Барбі» архетип «мудрої жінки» проявляється через кілька персонажів, які надають Барбі мудрі поради і підтримку в критичні моменти.

(94) “..*You have to be a boss but you can't be mean. You're supposed to lead but you can't squash other people's ideas..*” (BS, URL). Архетип «мудрої жінки» у

фільмі активно сприяє розвитку сюжету. Персонажі, що втілюють цей архетип, часто є каталізаторами змін у житті Барбі, надаючи їй ключові усвідомлення та направлення. Їх поради допомагають їй зробити важливі рішення, які визначають подальший розвиток подій. Таким чином, мудрість цих персонажів не є лише фоновим елементом, а суттєво впливає на сюжет. Архетип «мудрої жінки» представлений через різноманітні персонажі, кожен з яких приносить свою унікальну перспективу. Це дозволяє Барбі отримати ширше уявлення про різні аспекти життя і зробити більш обґрунтовані рішення. Наприклад, один персонаж може представляти практичну мудрість, інший — емоційну підтримку, а третій — духовні настанови. Таким чином, фільм підкреслює, що мудрість може проявлятися в різних формах і є важливим ресурсом для саморозвитку.

Архетип «спокусниці» є одним із найбільш усталених і суперечливих у культурному контексті. (94) *“...You have to answer for men’s bad behavior, which is INSANE, but if you point that out then you’re accused of complaining. You’re supposed to be pretty for men but not SO pretty that you tempt them too much or threaten other women. You’re supposed to be part of the sisterhood but also stand out 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..”* (BS, URL). Він традиційно представляє жінку як фігуру, що використовує свою привабливість і сексуальність для досягнення певних цілей, часто пов’язаних із маніпуляцією чоловіками або здобуттям влади. У класичному кінодискурсі цей архетип часто підкріплюється негативними конотаціями, показуючи спокусницю як антагоністку або фатальну жінку, яка несе загрозу моральним устоям.

У фільмі «Барбі» 2023 року архетип «спокусниці» зазнає певної трансформації. Замість того, щоб бути одновимірним символом небезпеки чи спокуси, цей архетип розглядається як частина складної ідентичності жінки, яка не обмежується лише зовнішньою привабливістю. У фільмі спокусниця не є

об'єктом, що викликає страх чи осуд, а скоріше персонажем, який усвідомлює свою силу та використовує її для власного самовираження.

Ця трансформація підкреслює, що сексуальність жінки може бути не лише інструментом маніпуляції, а й вираженням її особистої свободи та впевненості у собі. У цьому контексті спокусниця стає символом жіночої сили, яка поєднує в собі фізичну привабливість і інтелектуальну автономію. Вона не боїться використовувати свою сексуальність як частину свого життя і кар'єри, але робить це на власних умовах, не піддаючись зовнішньому тиску чи очікуванням.

У фільмі цей архетип втілюється в образах, які не обмежуються лише сексуальною привабливістю, але також демонструють емоційну глибину і внутрішню силу. Це дозволяє глядачам побачити в спокусниці не просто символ фізичної краси, а багатогранну особистість, яка має власні цілі, амбіції та моральні цінності.

Таке переосмислення архетипу спокусниці у фільмі «Барбі» є важливим кроком у подоланні стереотипів про жіночність і сексуальність, що досі існують у суспільстві. Воно відкриває можливість для ширшого розуміння ролі жінок у культурі та їхнього права на самовираження без страху бути неправильно зрозумілими або осудженими.

Тому архетип спокусниці у фільмі «Барбі» виконує не лише роль естетичного елемента, але й виступає важливою частиною загальної ідеї про різноманітність і складність жіночої ідентичності в сучасному кінодискурсі.

Для створення багатовимірного жіночого образу у фільмі «Барбі» використовуються різні кінематографічні прийоми, включаючи кольорову палітру, монтаж, музичний супровід та акторську гру. Наприклад, яскрава кольорова гамма, яка традиційно асоціюється з дитячою грою та невинністю, вживається у фільмі для створення контрасту з більш серйозними темами, такими як самоідентифікація та пошук життєвого шляху. Цей прийом дозволяє

глядачам бачити різні аспекти жіночності через призму різних емоцій та переживань.

Монтажні рішення, зокрема використання швидких переходів між сценами, акцентують на багатозадачності сучасної жінки, яка змушена балансувати між численними соціальними ролями. Музичний супровід, що поєднує традиційні мотиви з сучасними ритмами, підкреслює ідею злиття старого і нового, усталених уявлень та новаторських підходів до жіночої ідентичності.

Акторська гра також відіграє важливу роль у формуванні образу Барбі. Виконавиця головної ролі, Марго Роббі, майстерно поєднує комедійні та драматичні елементи, створюючи багатогранний образ, який одночасно є іконічним і новаторським. Її інтерпретація Барбі як персонажа, що знаходиться у постійному процесі самопошуку та розвитку, відкриває нові горизонти для розуміння жіночих образів у кінематографі.

Отже, незалежно від критичних оцінок, фільм «Барбі» став важливим культурним явищем, що стимулює дискусії про місце жінки в сучасному суспільстві, гендерну рівність та важливість включення різних голосів у процес створення культурних продуктів. Фільм підштовхує глядачів до рефлексії щодо власних уявлень про гендерні ролі та виклики, з якими стикаються сучасні жінки.

Цей фільм демонструє важливість постійного перегляду та оновлення суспільних уявлень про гендерні ролі, стимулюючи глядачів до критичного мислення та рефлексії щодо власних переконань і уявлень. Він також підкреслює значення різноманітності і включення у процес створення культурних текстів, що відображають досвід і прагнення всіх груп суспільства. Врешті-решт, «Барбі» 2023 року є не лише розважальним продуктом, але й потужним інструментом для соціальної критики та культурного діалогу щодо майбутнього гендерної рівності.

РОЗДІЛ 3

ВІДТВОРЕННЯ ОБРАЗУ ЖІНКИ В АНГЛІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ ФІЛЬМУ «БАРБІ»

3.1 Лексичні трансформації при відтворенні образу жінки у фільмі «Барбі» засобами української мови

У розділі 1 цієї наукової роботи ми розглянули теоретичні основи досліджуваного поняття. У цьому розділі ми розглянемо способи перекладу образу жінки з практичної точки зору. Крім того, важливо зазначити, що в цій роботі ми будемо спиратися на класифікацію, описану Максимовим у його книзі «Практичний курс перекладу».

У процесі дослідження роботи ми досліджували використання різних перекладацьких трансформацій, які допомагають правильно передати образ українською мовою. Крім лексичних трансформацій (транскрипції, транслітерації та кальки), ми вирішили відокремити також лексико-семантичні такі як модуляція, конкретизація, генералізація та диференціація. Також нам вдалося знайти випадки використання граматичних трансформацій: граматичної заміни, транспозиції, додавання та опущення. Деякі лексичні одиниці були відтворені українською мовою за допомогою лексико-граматичних трансформацій таких як антонімічний переклад, компенсація та цілісне перетворення. В роботі виділено усі вище перераховані трансформації задля детального нашого дослідження.

1. Транскрипція

У процесі відтворення лексичних одиниць *democracy* та *plutocracy* українською мовою перекладачі вдаються до транскрипції. Це рішення цілком логічне та виправдане, адже ми так і використовуємо ці терміни.

(8) *Only Barbies are Barbies, and we would argue that corporations have no “free speech” rights to begin with, so any claim on their part to be exercising a right*

is just their attempt to turn our democracy into a plutocracy (BS, URL)! – На нашу думку гроші не дають владу і корпорації не мають права обмежувати нас. Тож будь які їхні спроби застосувати це право є намаганням перетворити нашу демократію на плутократію (MB, URL).

У всіх перекладених реченнях цієї роботи, слово Барбі транскрибується. У фільмі наявні декілька типів Барбі, в цьому реченні *Stereotypical Barbie* передається українською мовою за допомогою транскрипції.

(19) *I know I'm Stereotypical Barbie, and therefore don't form conjectures concerning the causality of adjacent unfolding events, but some stuff has been happening that might be related* (BS, URL). – Я знаю, я стереотипна Барбі, і не формую жодних здогадок чи теорій щодо наслідків того що відбувається, проте ці дивні події мабуть пов'язані (MB, URL).

Слово *CELLULITE* передається в українському перекладі за допомогою транскрипції, причому параграфемні засоби замінюються інтонацією.

(27) *Look at your upper thigh. CELLULITE. It'll spread EVERYWHERE and you'll start getting mushy and sad and... complicated* (BS, URL). – Поглянь на стегно. Це целюліт. Він розповзеться скрізь і ти станеш гидкою рюмсою з комплексами (MB, URL).

(79) *I walked down the street and people respected me just for WHO I AM. One lady even asked me for the time* (BS, URL). – Мене поважали там за те, що я чоловік. Одна леді, навіть спитала котра година (MB, URL).

Також *lady* перекладено за допомогою транскрипції, використанням слова 'леді', яке зберігає стилістичний колорит і передає відчуття ввічливості.

(90) *And-- more discontinued Barbies!! Growing Up Skipper* (BS, URL)?! – І Барбі зняті з продажу! Підростаюча Скіпер (MB, URL)?!

Оскільки 'Скіпер' це власна назва, так називають молодшу сестру Барбі, яка була створена компанією Mattel у 1964 році, то перекладається українською мовою за допомогою транскрипції.

2. Транслітерація

(26) *You've opened a portal! Well, someone did! There is a rip in the continuum that is the membrane between Barbie Land and the Real World and if you want to be Stereotypical Barbie perfect again you've got to go fix it (BS, URL)! – Ти відчинила портал! Хтось відчинив! І тепер у нас розрив у континуумі, що є мембраною між Барбілендом і реальним світом. Якщо хочеш знову стати ідеальною стереотипною Барбі, тобі доведеться це виправити (MB, URL)!*

Вище було зазначено, що назву міста де проживають ляльки Барбілендом. Назва міста безпосередньо пов'язана з Барбі, а тобто образу жінки у творі. Для передачі таких міст перекладачі вдаються до такої трансформації як транслітерація. Вона є досить поширеним способом перекладу міст не лише в художніх творах, а й у текстах інших дискурсів.

(39) *I don't have a vagina and he doesn't have a penis. We don't have genitals (BS, URL). – Я не маю вагіни, а він не має пеніса. У нас немає геніталій (MB, URL).*

Вище було зазначено назву статевих органів чоловіка та жінки, в українському перекладі їх передали за допомогою транскрипції.

(78) *Buckle up, babe, because Barbie Land is now Ken Land and it'll be just like Century City in Los Angeles. Because they have it figured out in Century City (BS, URL). – Начувайся мала. Бо Барбіленд відтепер Кенленд і він буде як Сенчурас Сіті в Лос Анджелесі, бо вони там усе абсолютно правильно зрозуміли (MB, URL).*

В українському перекладі передача слова Кенленд є схожою до Барбіленд, опис якого вже був згаданий раніше.

(91) *And Barbie Video Girl (BS, URL)! – І відео-Барбі тут (MB, URL)?*

Зазначений в цьому реченні тип відео-Барбі передається українською мовою за допомогою транслітерації та транспозиції для кращого звучання вихідною мовою.

3. Калька

При перекладі більшості жіночих образів було застосовано таку лексичну трансформацію як семантичну кальку. Вона може бути корисною в тих випадках, коли точність і відтворення певних нюансів оригінального тексту мають важливість для перекладу.

(3) *She might have started out as just a lady in a bathing suit, and she became so much more* (BS, URL). – Може спершу вона і була просто дівчиною в купальнику, та стала вона чимось набагато більшим (MB, URL).

Для передачі українською мовою слова *lady* було використано одне зі словникових значень лексичної одиниці – дівчина. Тому в цьому випадку було доречно використана семантична калька.

(7) *Thanks to Barbie all problems of feminism and equal rights have been solved* (BS, URL)! – Завдяки Барбі всі проблеми фемінізму та рівних прав були вирішені (MB, URL).

У цьому реченні спостерігається буквальный переклад фрази *all problems of feminism and equal rights* як ‘всі проблеми фемінізму та рівних прав’. Тут використано семантична калька, без змін у структурі або лексичному складі.

(9) *Midge was Barbie's pregnant friend. She was discounted by Mattel because a pregnant doll was just too weird* (BS, URL). – Мітч була вагітною подругою Барбі. Матео зняли її з продажу, бо вагітна лялька це надто дивно (MB, URL).

У перекладі збережено зміст оригіналу. Використана калька: *pregnant doll was just too weird* було перекладено як ‘вагітна лялька це надто дивно’, що зберігає значення оригіналу.

(16) *Barbie doesn't get embarrassed* (BS, URL)! – Барбі соромно не буває (MB, URL)!

Перекладено дослівно, *doesn't get embarrassed* перетворено на ‘соромно не буває’, що є калькою.

(21) *I heard that she used to be the most beautiful Barbie of all but then someone played too hard with her in the Real World* (BS, URL)... – Я чула, що

колись вона була найпрекраснішою Барбі, а тоді хтось жорстко погрався нею в реальному світі (MB, URL).

Переклад цього речення є майже дослівним, *the most beautiful Barbie* було перекладено як ‘найпрекраснішою Барбі’, що є семантичною калькою, яка передає зміст.

(25) *Welcome, welcome to my Weirdhouse* (BS, URL). – Вітаю в дивному будинку (MB, URL).

Використана морфологічна калька для передачі *Weirdhouse* як ‘дивний будинок’.

(28) *The girl playing with you must be sad and her thoughts and feelings and humanness are interfering with your dollness* (BS, URL). – І дівчинка яка грається тобою сумує і її думки і почуття і людські якості впливають на твої лялькові (MB, URL).

Переклад досить близький до оригіналу. Слово *dollness* було перекладено як ‘лялькові’, що є морфологічною калькою для збереження стилістики оригіналу.

(31) *I'm not Adventure Barbie, I'm Stereotypical Barbie. I'm like the Barbie you think of when someone says "think of a Barbie" and that's me* (BS, URL)! – Я не пригодницька Барбі, я стереотипна Барбі, я та Барбі яку уявляють на словах «Уявіть Барбі». А це мене (MB, URL)!

В цьому реченні ще один тип - пригодницька Барбі, для перекладу було використано семантичну кальку, збережено структуру оригіналу.

(32) *You'll be such a hero to them* (BS, URL)! – Ти будеш справжньою героїнею (MB, URL)!

Враховуючи рід головної героїні *hero* перекладено як ‘героїнею’ була використана морфологічна калька.

(35) *We need that good feminine energy* (BS, URL). – Нам потрібна їхня жіноча енергія (MB, URL).

Використано семантичну кальку для перекладу ‘жіноча енергія’ з мінімальними змінами в структурі речення.

(44) *Barbie in the real world? That's impossible* (BS, URL). – Барбі в реальному світі? Це неможливо (МВ, URL).

Переклад є дослівним і зберігає ту ж стилістику оригіналу. Використана калька для перекладу ‘Барбі в реальному світі’.

(47) *I'm only your favorite woman of all time – Barbie* (BS, URL)! – Я ваша улюблена жінка усіх часів – Барбі (МВ, URL)!

Переклад здійснено дослівно з урахуванням культурних реалій, використано семантичну кальку.

(50) *You represent everything wrong with our culture: sexualized capitalism, unrealistic physical ideals* (BS, URL). – Ти втілення усього, що не так з нашою культурою: сексуалізований капіталізм, нереалістичні ідеали краси (МВ, URL).

Використана семантичну кальку для *sexualized capitalism, unrealistic physical ideals* – ‘сексуалізований капіталізм, нереалістичні ідеали краси’, дослівний переклад один за одним зі словникових значень лексичних одиниць.

(52) *I am powerful and until you showed up here and declared yourself “Barbie”, I hadn't thought about you in years, you FASCIST* (BS, URL). – Я в собі впевнена і поки ти не приперлася і не заявила що ти барбі я не згадувала про тебе роками ФАШИСТКО (МВ, URL).

Перекладено із застосуванням морфологічної кальки: *you FASCIST* перекладено як ‘ФАШИСТКО’.

(53) *You guys certainly aren't doing patriarchy well. Oh, we're doing it well. We just hide it better now* (BS, URL). – Ви хлопці, явно патріархат не правильно використовуєте. Ні, ні, та ми використовуємо. Ми просто навчилися це приховувати (МВ, URL).

Використана семантичної кальки *doing patriarchy well* перекладено як ‘патріархат не правильно використовуєте’, що дозволяє зберегти іронічну стилістику.

(54) *She thinks I'm a fascist? I don't control the railways or the flow of commerce* (BS, URL)! - Вона думає, що я фашистка? Я ж не контролюю залізницю чи комерційну діяльність (МВ, URL)!

При перекладі *fascist* – ‘фашистка’ враховуючи рід головної героїні була використана морфологічна калька.

(58) *I'm a man with no power, does that make me a woman* (BS, URL)? - А я чоловік без жодної влади, це робить мене жінкою (МВ, URL)?

Використана семантична калька *a man with no power* перекладено як ‘чоловік без жодної влади’, збережено стиль оригіналу. Почувши цю фразу ми розуміємо її підтекст – якщо ти жінка, то в тебе не має ніякої влади.

(59) *Women are the freaking foundation of this long phallic building* (BS, URL)! – Жінки буквально є основою цієї дуже високої фалічної будівлі (МВ, URL).

Використана семантичну кальку *Women are the freaking foundation of this long phallic building* перекладено як ‘Жінки буквально є основою цієї дуже високої фалічної будівлі’, збережено гумористичний відтінок оригіналу. Спочатку ця фраза здається комічною, але якщо вдуматися в її сенс, ми розуміємо що цією фразою висміюють жінок.

(60) *I am the son of a mother, I am the mother of a son, I am the nephew of a woman aunt, some of my best friends are Jewish* (BS, URL)... - Я син своєї матері, я мати свого сина, я племінник сестри матері. Мої найкращі друзі євреї (МВ, URL).

Ця репліка теж є комічною, і показує нам, наскільки сильно Директор фірми Mattel зневажає жінок, хоча вкладав протилежний сенс. При перекладі використана семантична калька з елементами лексичної компенсації для збереження ритму та стилістики оригіналу.

(65) - *How are you here? You're like, an idea. - A GREAT idea* (BS, URL). – Звідки ти взялась. Ти ж просто ідея. - Класна ідея (МВ, URL).

Використана семантична калька *a GREAT idea* перекладено як 'класна ідея', що зберігає зміст та емоційний відтінок.

(66) *Are you Shining with a REAL Barbie (BS, URL)?* - Ти пов'язана з Реальною Барбі (MB, URL)?

При перекладі цього речення використано семантичну кальку з метою збереження стилю оригіналу.

(67) *I'm just a boring Mom with a boring job and a daughter who hates me. Can you blame me for wanting a little fun (BS, URL)?* - Я просто нудна мама з нудною роботою і донькою, яка мене ненавидить. Не засуджуй мене за бажання розважитися (MB, URL).

Використана семантична калька *boring Mom with a boring job* перекладено як 'нудна мама з нудною роботою'.

(69) *Women hold all major positions of power, control all the money, basically everything men do in your world, women do in ours (BS, URL).* - Жінки обіймають найвищі владні посади, контролюють гроші, усе що чоловіки роблять у вас, жінки роблять у нас (MB, URL).

У цьому випадку перекладач використав семантичну кальку, зберігаючи структуру оригінального речення. Окрім того, застосовано лексичну адаптацію, щоб передати зміст, враховуючи культурні та мовні особливості українського контексту.

(75) *What are you doing? You're a doctor! - Being a doctor was stressful and a lot of work. I'm happy being helpful decoration (BS, URL).* - Що це ти робиш ? Ти ж лікарка (MB, URL)! - Я рада бути корисною декорацією (MB, URL).

При перекладі *doctor* – 'лікарка' враховуючи рід головної героїні була використана морфологічна калька. Також фраза *helpful decoration* була адаптована до 'корисною декорацією', що підкреслює іронію і зберігає гумор оригіналу.

(82) *Why did you wish me to your messed up world using your complicated human thoughts and feelings?! Barbie Land was perfect before and I was perfect*

before (BS, URL)! - Нащо ти покликала мене у свій зіпсований світ з своїми складними людськими думками і почуттями. Барбіленд був ідеальним до цього. І я була ідеальною до цього.

Тут перекладач застосував перестановку елементів речення, щоб створити більш плавну та логічну побудову українського тексту. Використано семантичну кальку для передачі виразу *complicated human thoughts and feelings* як ‘складними людськими думками і почуттями’, що краще відображає негативний відтінок оригіналу.

(84) *I'm just going sit here and wait and hope that one of the more leadership oriented Barbies snaps out of it and does something about this whole mess* (BS, URL). - Я буду сидіти тут, чекати і сподіватися, що якась може Барбі з лідерськими якостями з'явиться тут і розбереться з усім цим (MB, URL).

У цьому реченні перекладач використовує семантичну кальку — фраза *one of the more leadership oriented Barbies* була адаптована як ‘Барбі з лідерськими якостями’. Такий підхід дозволяє зберегти зміст та уникнути надмірної дослівності, роблячи текст зрозумілішим для українського читача.

(88) *Welcome, welcome to my Weirdhouse - I'm Weird Barbie. I'm in the splits, have a funky hair cut and I smell like basement* (BS, URL). - Вітаю в Дивному будинку. Я Дивна Барбі. Я вічно в шпагаті, у мене класна стрижка і я пахну підвалом (MB, URL).

Перекладач використовує семантичну кальку для передачі українською ‘у мене класна стрижка’. Також в наступному реченні було використано додавання слово ‘вічно’ для створення більшої емоційної виразності та гумору, характерного для оригіналу. Адаптація *I'm in the splits* до ‘я вічно в шпагаті’ підкреслює постійний характер дії.

(92) *And that's Barbie Barbie, of course... she's not dead she's just having an existential crisis* (BS, URL). - А це Барбі Барбі, звісно. Вона не померла у неї екзистенційна криза (MB, URL).

Слово звісно додає відтінок розмовної мови, а 'екзистенційна криза' є семантичною калькою, що передає філософський контекст оригіналу.

(98) *Okay, what about ordinary Barbie? She's not extraordinary* (BS, URL). -
Гаразд, а як щодо звичайної Барбі? Вона не надзвичайна (МВ, URL).

Використана семантична калька *what about ordinary Barbie?* перекладено як 'як щодо звичайної Барбі?', що зберігає зміст та емоційний відтінок.

Отже, після ретельного аналізу можемо побачити, що найбільш вживаними для передачі образу жінки українською мовою серед лексичних трансформацій стала калька.

3.2. Лексико-семантичні трансформації при перекладі образу жінки

Незважаючи на велику кількість лексичних трансформацій під час відтворення образу жінки українською мовою, ми все ж могли зустріти випадки, коли перекладач використовував лексико-семантичні трансформації. Наприклад:

1. Модуляція

У наступному уривку модуляція дозволяє зберегти сенс та ефект з тексту оригіналу, але виражає його у формі, що буде більш зрозумілішою цільовій аудиторії.

(73) - *But what does it matter if it's Barbie or Ken? The money is pouring in! - Shame on you, Executive Number 2! Do you think I spent my entire life in board rooms because of a bottom line?! - MATTEL CEO No! I got into this business because of little girls and their dreams! In the least creepy way possible* (BS, URL)! -
Яка різниця Барбі це чи Кен ? Грошей до сто біса. Як тобі не соромно співробітнику два. Гадаєш я провів усе своє життя через жагу до грошей ? Ні, я в цьому бізнесі через маленьких дівчат і їхні мрії. Як би гидко це зараз не звучало (МВ, URL).

Перекладач адаптував структуру оригінального діалогу, зберігаючи основну ідею та настрій, але зробивши його більш природним для українського читача. Оригінальне речення *The money is pouring in!* перекладене як ‘Грошей до сто біса.’ Перекладач використав більш експресивну фразу з розмовним відтінком, що підкреслює емоційний стан персонажа. Використання вислову "до сто біса" додає драматичного і комічного ефекту, що є компенсацією за деяку відсутність емоційного піднесення в оригінальному тексті. Фраза *because of a bottom line* у перекладі була перетворена на ‘через жагу до грошей’, що робить ідею більш зрозумілою для українських читачів.

2. Конкретизація

У наступних уривках перекладач використовує конкретизацію як один із допоміжних способів відтворення лексичних одиниць українською мовою, щоб зрозуміліше виразити концепції та образи, що містяться в оригінальному тексті.

(2) *Look at it. All of these women are Barbie. And Barbie is all these women* (BS, URL). - Усі жінки бачили у собі Барбі. І Барбі уособлювала кожна з них (MB, URL).

У цьому прикладі перекладач використав конкретизацію. В оригіналі йдеться про взаємозамінність образів Барбі та жінок: *All of these women are Barbie. And Barbie is all these women*. У перекладі ж наголошено на тому, що ‘усі жінки бачили у собі Барбі’, а Барбі ‘уособлювала кожна з них’. Таким чином, переклад дещо змінює фокус з фізичної на психологічну ідентифікацію, підкреслюючи внутрішнє відчуття жінок.

(41) *POLICE MAN - She's even sexier in clothes. - I know, because you can imagine more* (BS, URL). - В штанах вона ще красивіша. - Бо так можна уявити більше (MB, URL).

У цьому реченні перекладач застосував конкретизацію. Оригінальне слово *sexier* перекладено як ‘красивіша’, що м'якше і більш підходить до культурного контексту української мови. Крім того, переклад зберігає розмовну інтонацію, передаючи жартівливий підтекст. Фраза *you can imagine more*

дослівно перекладена як ‘можна уявити більше’, що передає зміст оригіналу, але без додаткових пояснень.

(79) *I walked down the street and people respected me just for WHO I AM. One lady even asked me for the time* (BS, URL). Мене поважали там за те, що я чоловік. Одна леді, навіть спитала котра година (MB, URL).

Тут перекладач вдався до конкретизації, адже оригінальне *just for WHO I AM* при перекладі було конкретизовано на стать ‘що я чоловік’, що звужує значення оригінального тексту, де йдеться про загальну ідентичність особи.

(81) *And take your lady fashions with you* (BS, URL)! - Барбі і забори свої дівчачі шмотки з собою (MB, URL)!

У цьому випадку перекладач використовуючи розмовний стиль вдався до конкретизації для передачі оригінального змісту. Фраза *lady fashions* перекладена як ‘дівчачі шмотки’, що надає тексту більш неформального, молодіжного звучання. Це допомагає відобразити емоційний тон і можливо навіть трохи зневажливий характер оригіналу.

3. Диференціація

У наступних прикладах при перекладі використано диференціацію, що допомагає зберігати зв'язок із контекстом оригіналу, але розширює його зміст.

(42) *Two of your dolls have gotten loose* (BS, URL)! - Дві ваші ляльки вирвалися на волю (MB, URL)!

У цьому прикладі перекладач використав диференціацію для передачі змісту оригіналу. Фраза *have gotten loose* дослівно перекладалася б як ‘втекли’ або ‘вирвалися’, але перекладач використав вираз ‘вирвалися на волю’, що звучить драматичніше і підкреслює несподіваність ситуації. Це також надає тексту більшої емоційної насиченості.

(46) *No one rests until this doll is back in the box* (BS, URL)! - Нікому не розслаблятися, поки ця лялька не опиниться в коробці (MB, URL).

Переклад цього речення демонструє диференціацію. Фраза *doll is back in the box* дослівно перекладалася б як ‘лялька повернеться в коробку’, маючи на

увазі що їй місце саме там, на відміну від українського перекладу, в якому в нас більш нейтральне значення.

(57) *But since I came all the way here could I meet the woman in charge? Your CEO (BS, URL)?* - Та оскільки я вже тут, можна мені поговорити з головною. Вашою Директоркою (MB, URL)?

У цьому реченні перекладач застосував гендерно-чутливий підхід через диференціацію. Фраза *the woman in charge* та *Your CEO* перекладені як ‘головна’ та ‘Директорка’, підкреслюючи жіночу гендерну ідентичність керівника компанії. Переклад зберігає формальність та ввічливість оригіналу, проте використання фемінітиву ‘Директорка’ акцентує увагу на сучасному підході до гендерно-нейтральної мови.

(93) - *I'm... not... pretty... any... more... - What? You're SO pretty. - Not "Stereotypical Barbie" pretty (BS, URL)...* - Я більше не красуня. - ЩО? Ти дуже гарна. - Проте я не стереотипна Барбі більше (MB, URL).

Переклад цього фрагменту демонструє диференціацію в діалоговій частині *Not 'Stereotypical Barbie' pretty* перекладена як ‘Проте я не стереотипна Барбі більше’, що відображає ідею оригіналу про існування стандартів краси та підходить до української аудиторії, яка знайома з концепцією стереотипів. Репліка в оригіналі *I'm... not... pretty... any... more...* перекладена як ‘Я більше не красуня’, що зберігає емоційний тон та розпач героя.

(95) *By giving voice to the cognitive dissonance required to be a woman under the patriarchy, you've robbed it of its power (BS, URL).* - Сказавши в голос про когнітивний дисонанс у якому жінка існує в патріархаті, ти позбавила його влади (MB, URL).

У цьому випадку перекладач вдався до диференціацію. Фраза *to be a woman under the patriarchy* дослівно перекладалася б як ‘бути жінкою під патріархатом’ перекладена як ‘жінка існує в патріархаті’, що спрощує та конкретизує оригінальне формулювання, роблячи жінок не такі залежними від чоловіків. Переклад передає зменшення впливу влади патріархату.

4. Генералізація

(51) *You set the feminist movement back fifty years, you destroy girls' innate sense of worth and you're killing the planet with your glorification of rampant consumerism* (BS, URL). - Ти відкинула феміністичний рух на п'ятдесят років, ти знищила наше вроджене почуття гідності й вбиваєш планету своїм прославлянням нестримного споживацтва (MB, URL).

У перекладі *girls' innate sense of worth* було перетворено на наше вроджене почуття гідності, що є конкретизацією. Оригінал фокусується на 'дівчатах' (girls), тоді як переклад використовує 'наше', що надає реченню дещо загальніший характер, проте перекладач зберігає основний зміст вислову, акцентуючи увагу на втраті почуття власної гідності. Також переклад зберігає пряме значення оригіналу, але використовує лексеми, які більше відповідають українській мовній традиції, зокрема, 'відкинула' замість дослівного 'повернула назад'. Використання прямих звинувачень ('ти відкинула', 'ти знищила', 'вбиваєш планету') створює відчуття безпосередньої критики, як і в оригінальному англійському тексті. Це підсилює риторичну силу повідомлення та зберігає його переконливість.

Отже, після ретельного аналізу можемо побачити, що найбільш вживаними для передачі образу жінки українською мовою серед лексико-семантичних трансформацій стала конкретизація та диференціація.

3.3 Граматичні трансформації при перекладі образу жінки

1. Транспозиція

У наступних виразах перекладач використовує додаткову трансформацію - транспозицію. Це відбувається через відмінності між українською та англійською мовами.

(23) *I would never wear heels if my feet were shaped like this* (BS, URL). - Із такими ногами я б ніколи в житті не носила підбори (MB, URL).

У цьому реченні перекладач використовує транспозицію, змінюючи порядок слів, щоб досягти природнішого звучання українською мовою. В англійському варіанті *I would never wear heels* стоїть на початку речення, тоді як у перекладі на українську ‘Із такими ногами’ розташоване спочатку. Це зумовлено тим, що в українській мові часто спочатку подається умова або обставина (‘Із такими ногами’), а потім дія (‘я б ніколи в житті не носила підбори’).

(37) *If I said you had a hot body, would you hold it against me* (BS, URL)? - Не обпечеш мене якщо скажу, що ти гаряча (MB, URL)?

У цьому прикладі також застосовується транспозиція. В англійській мові умовна частина речення *If I said you had a hot body* стоїть на початку, а в українському перекладі вона переноситься на кінець речення: ‘Не обпечеш мене якщо скажу, що ти гаряча’. Це робиться для того, щоб речення краще вписувалося у мовні норми української мови, де така конструкція звучить природніше.

Переклад містить інтерпретацію, пов'язану з грою слів. В англійському тексті *hot body* і *hold it against me* створюють двозначність: *hot* означає і привабливість і температуру. Український переклад ‘Не обпечеш мене якщо скажу, що ти гаряча’ також зберігає цю гру слів: ‘гаряча’ може вказувати як на фізичну привабливість, так і на високу температуру. Однак перекладач змінює фразу, щоб вона краще підходила до українського контексту, використовуючи слово ‘обпечеш’, що додає ще одну грайливу інтерпретацію до тексту.

2. Граматична заміна

У наступних реченнях граматична заміна використовувалася для адаптації до мовних норм української мови, спрощення синтаксичних структур і забезпечення більш природного звучання.

(1) *Barbie changed everything. Then she changed it all* (BS, URL). - Так, Барбі змінила все, а потім зробила це ще раз (MB, URL).

У цьому реченні використовується цікавий тип синтаксичної заміни, замінивши структурного типу речення об'єднанням речень у вихідному тексті. Перекладач зробив це навмисно, щоб полегшити процес сприйняття тексту для цільової аудиторії.

(8) *Only Barbies are Barbies, and we would argue that corporations have no “free speech” rights to begin with, so any claim on their part to be exercising a right is just their attempt to turn our democracy into a plutocracy (BS, URL)! - На нашу думку гроші не дають владу і корпорації не мають права обмежувати нас. Тож будь які їхні спроби застосувати це право є намаганням перетворити нашу демократію на плутократію (MB, URL).*

У цьому випадку речення було спрощене та об'єднане в одну синтаксичну конструкцію. Замість складної структури з *we would argue* та *have no free speech rights*, переклад використовує більш лаконічні та узагальнені фрази, такі як 'гроші не дають владу' та 'корпорації не мають права'.

(12) *I'm just dying to DANCE (BS, URL)! - Я до смерті люблю танці (MB, URL)!*

У перекладі змінено граматичну структуру з динамічного бажання на узагальнене твердження про пристрасть. Заміна форми дієслова *to DANCE* на 'люблю танці' змінює тональність речення.

(20) *You're malfunctioning (BS, URL)! - Ти зламалася (MB, URL)!*

Замість більш технічної термінології *malfunctioning* в перекладі використано простіший і більш розмовний варіант 'зламалася', що є граматичною та стилістичною адаптацією.

(26) *You've opened a portal! Well, someone did! There is a rip in the continuum that is the membrane between Barbie Land and the Real World and if you want to be Stereotypical Barbie perfect again you've got to go fix it (BS, URL)! - Ти відчинила портал! Хтось відчинив! І тепер у нас розрив у континуумі, що є мембраною між Барбілендом і реальним світом. Якщо хочеш знову стати ідеальною стереотипною Барбі, тобі доведеться це виправити (MB, URL)!*

У перекладі відбулося об'єднання складних конструкцій, таких як *There is a rip in the continuum that is the membrane*, в одну простішу структуру 'розрив у континуумі, що є мембраною'. Крім того, збережено інформативність, але з заміною граматичних форм.

(29) *Why would she be sad? We fixed everything so that all women in the real world are happy and powerful* (BS, URL)! - А сумувати нащо? Ми ж виправили все, щоб усі жінки у реальному світі були щасливими і впевненими (MB, URL).

У перекладі було змінено форму питання на риторичне 'А сумувати нащо?' замість прямого *Why would she be sad?*. Також додано зміну епітетів, замість *powerful* використано 'впевненими', що передає сенс у більш локалізованому вигляді.

(49) *No way! Barbie's not a bimbo! Barbie's a lawyer. And a doctor. And a senator. And a Nobel Prize winner* (BS, URL). - Ні! Барбі не фіфа! Барбі – лікарка, юристка, Сенаторка, лауреатка Нобелівської премії (MB, URL).

У перекладі відбувається граматична заміна з англійської розділеної структури *Barbie's a lawyer. And a doctor. And a senator.* на українську через тире: 'Барбі – лікарка, юристка...'. Це дозволяє уникнути повторення 'Барбі' кілька разів.

(68) - *But I love women, I want to help women. - Oh, come off it, everybody hates women. Women hate women and men hate women. It's the thing we can all agree on* (BS, URL). - Я люблю жінок, я хочу допомогти жінкам. - Та облиш, усі ненавидять жінок, жінки ненавидять жінок і чоловіки теж. Це єдине що нас об'єднує (MB, URL).

У оригінальному тексті ми маємо п'ять речень, у мові перекладу було зроблено об'єднання речень, зробивши їх лише три.

(78) *Buckle up, babe, because Barbie Land is now Ken Land and it'll be just like Century City in Los Angeles. Because they have it figured out in Century City* (BS, URL). - Начувайся мала. Бо Барбіленд відтепер Кенленд і він буде як

Сенчурас Сіті в Лос Анджелесі, бо вони там усе абсолютно правильно зрозуміли (MB, URL).

При перекладі слів *Barbie Land* та *Ken Land* було об'єднано, та перекладено одним словом 'Барбіленд' та 'Кенленд'.

(85) *Ok, kids! It's time to run out and get the NEW Depression Barbie* (BS, URL)! - Отже дітки, презентуємо Вам нову Барбі в депресії (MB, URL).

В цьому реченні було використано опис, адже переклали 'Барбі в депресії', а не дослівно Депресована Барбі.

(89) *OH MY GOD I HAD A WEIRD BARBIE* (BS, URL)! - О Господи! У мене була дивна Барбі (MB, URL)!

Граматична заміна з формального вигуку *OH MY GOD* на більш нейтральний в українській мові 'О Господи!', щоб зберегти стиль діалогу. Було використано фрагментацію, розділення одного речення на два.

3. Антонімічний переклад

Антонімічний переклад використовує для досягнення природності та збереження емоційного ефекту оригіналу, застосовується для створення контрасту або зміни акцентів у тексті.

(87) - *They're weird and dark and crazy. Everything you pretend not to be. - I am... I am weird, dark and crazy* (BS, URL). - - Вони сумні, химерні і дивні. Бо ти в мене саме така. - Так я справді, справді у тебе сумна, химерна і дивна (MB, URL).

Антонімічний переклад у цьому випадку допомагає адаптувати оригінальний контекст до культурних та емоційних особливостей української мови. Заміна негативних термінів на менш агресивні допомагає зберегти емоційний тон, зменшуючи можливе сприйняття як занадто критичне або осудливе.

(94) *IT IS LITERALLY IMPOSSIBLE TO BE A WOMAN! You are...*(BS, URL)! - В наш час майже не можливо бути жінкою. Ти ... (MB, URL).

Перекладач використовує антонімічний переклад *LITERALLY IMPOSSIBLE* на більш гнучке ‘майже не можливо’. Це дає можливість підкреслити важливість слів.

(97) *You have to reject men's advances without damaging their egos, because if you say yes to them, you're a tramp, and if you say no to them, you're a prude* (BS, URL). Ти маєш знайти спосіб відкидати залицяння не зачипивши їхнє еґо, бо якщо відмовиш їм, то ти ханжа, а якщо погодишся, то доступна (MB, URL).

Використання антонімів ‘ханжа’ і ‘доступна’ також створює контраст і підсилює ефект сказаного. В оригіналі йдеться про *reject men's advances without damaging their egos* але перекладач вибирає акцентувати на знайти спосіб, що підкреслює не тільки дію, але й необхідність вирішення складної ситуації.

4. Компенсація

Перекладач використовує компенсацію для досягнення природності. Використовується для заповнення потенційних втрат змісту чи емоцій у перекладі.

(11) *-You look so beautiful Barbie! - Thank you Barbie! I FEEL so beautiful* (BS, URL)! - А ти просто красуня, Барбі. - Дякую Барбі. Я почувуюся красунею (MB, URL).

Переклад цього речення демонструє компенсацію. Фраза *You look so beautiful Barbie* дослівно перекладалася б як ‘Ти так гарно виглядаєш, Барбі’, маючи на увазі її зовнішній вигляд, який залежить від одягу, а не саме її красу. В українському перекладі передали саме це.

(18) *I'm no longer on my tip-toes. FLAT FEET* (BS, URL)!! - Я більше не стою навшпіньки. ПЛОСКОСТОПІСТЬ (MB, URL)!!

Переклад використовує слово ‘плоскостопість’ замість дослівного перекладу плоскі стопи, що дозволяє зберегти гумористичний ефект і підкреслити емоційну реакцію персонажа використовуючи при цьому компенсацію.

(22) *and now she's fated to an eternity of making other Barbies perfect while falling more and more into disrepair herself. And that we call her Weird Barbie all the time both behind her back and also to her face (BS, URL). - Відтоді вона навічно приречена робити інших барбі ідеальними, натомість приносячи себе в жертву їхній красі. Тому ми називаємо її Дивною Барбі позаочі і в обличчя теж (MB, URL).*

Додається фраза 'приносячи себе в жертву', щоб підкреслити драматизм і внутрішній конфлікт персонажа, компенсуючи потенційну втрату значення при перекладі.

(30) *Babe, listen. You have to want to know* (BS, URL). - Мала, слухай. Ти маєш хотіти знати. Ясно (MB, URL)?

При перекладі було використано компенсацію, а саме було віднайдено одне із значень слова *Babe* в словникові.

(34) *Give us a smile, blondie* (BS, URL). - Посміхнись, Білявочко (MB, URL).

Перекладач використовує зменшувально-пестливу форму 'Білявочко', що надає тексту м'якшого та більш дружнього тону. Це компенсує можливу агресивність оригінальної фрази.

(61) *GET IN THE BOX YOU JEZEBEL* (BS, URL)! - Лізь у коробку спокуснице (MB, URL)!

Замість слова *Jezebel*, яке в англійській мові має негативний конотат, перекладач за допомогою компенсації використовує 'спокуснице', що є більш нейтральним, але водночас іронічним, зберігаючи емоційний тон оригіналу.

(70) *and we have a female president! And it's fun and work and friendship and female 24/7* (BS, URL). - О і в нас жінка президент. А ще розваги, робота і дівоча дружба цілодобово (MB, URL).

Використання компенсації тут відбулося у кінці речення, в оригіналі ми маємо *24/7*, в українській мові розуміють значення цього скорочення, але ми використовуємо наш відповідник 'цілодобово', яке має теж саме значення.

(71) - *Don't question it. Just roll with it tiny baby. - Don't call me "baby!"*

- *Ok, what about Mini Baby like this mini-fridge (BS, URL)? - - Не треба оцінок, просто змирися з цим, пупсику. - Я тобі не пупсик. - Може міні пупсик, як цей міні-холодильник (MB, URL)?*

Замість *tiny baby* перекладач використовує 'пупсик', що додає розмовного стилю і є більш адаптованим для української аудиторії. Додавання 'міні пупсик' підтримує гумористичний тон оригіналу та зневажання по відношенню до жінки.

(76) *I like not having to make any decisions. It's like a spa day for my brain, forever (BS, URL). - Класно що не потрібно нічого вирішувати, це як відпустка для моїх мізків назавжди (MB, URL).*

Використання слова 'відпустка' замість дослівного *spa day* створює більш зрозумілий образ для української аудиторії.

5. Опущення

У всіх наступних прикладах застосовано трансформацію опущення для адаптації змісту до української мови, при цьому забезпечуючи більш лаконічний і зрозумілий переклад.

(4) *She has her own money, her own house, her own car, her own career (BS, URL). - У неї є власні гроші, власний дім, власна машина, власна кар'єра (MB, URL).*

У цьому реченні було використано трансформацію опущення шляхом вилучення при перекладі на українську фрази *her*.

(6) *Girls can grow into women who can achieve everything and anything they set their mind to (BS, URL). - Дівчатка виростають у жінок, здатних досягнути абсолютно всього про що вони мріють (MB, URL).*

Було вилучено фразу *they set their mind to*, яка була замінена на про що вони мріють, що спрощує та зменшує обсяг речення.

(10) *Barbie has a great day every day, but Ken only has a great day if Barbie looks at him* (BS, URL). - У Барбі кожен день найкращий, а у Кена він такий лише коли Барбі гляне на нього (МВ, URL).

При перекладі було опущено фразу *great day* та замінено уточнюючою фразою ‘він такий’, де він мають на увазі день.

(13) *Cause we're girlfriend boyfriend* (BS, URL). - Ну я ж твій хлопець (МВ, URL).

У цьому реченні було опущено слово *girlfriend*, оскільки в контексті речення в українській мові це може бути зрозумілим і без цього уточнення.

(14) *And after all, this is MY Dreamhouse. It's Barbie's Dreamhouse. Not Ken's Dreamhouse* (BS, URL). - І це мій будиночок. Це будиночок Барбі, а не будиночок Кена (МВ, URL).

При перекладі на українську мову було опущено фразу *Dreamhouse* після кожної згадки про імена Барбі та Кена.

(15) *Every night is girl's night* (BS, URL). - Кожен вечір дівочий (МВ, URL).

У цьому реченні було опущено слово *night*, оскільки в українському варіанті ‘вечір’ вже несе це значення.

(37) *If I said you had a hot body, would you hold it against me* (BS, URL)? - Не обпечеш мене якщо скажу, що ти гаряча (МВ, URL)?

Фразу *you had a hot body*, замінено на коротшу форму ‘ти гаряча’, що спрощує сприйняття.

(40) *Jeez, you would think a construction site at lunchtime would be the perfect place for a little woman-power. But this one was so... male* (BS, URL). - Знаєш, я думала, що буд майданчик в обідню перерву, це ідеальне місце жіночої сили. А цей був таким... маскуліним (МВ, URL).

У реченні було опущено слово *little* та змінено структуру речення з метою узгодженості в українському перекладі.

(74) *You can stay here if you want as my bride-wife or my long-term-lowcommitment-distance girlfriend* (BS, URL). - Лишайся якщо хочеш, як моя наречена чи моя дівчина у стосунках без зобов'язань. Що скажеш ? (МВ, URL)?

Було опущено фразу *long-term-lowcommitment-distance*, а також змінено структуру речення для більш природного звучання.

(74) - *What are you doing? You're a doctor! - Being a doctor was stressful and a lot of work. I'm happy being helpful decoration* (BS, URL). - Що це ти робиш ? Ти ж лікарка! - Я рада бути корисною декорацією (МВ, URL).

При перекладі українською мовою було опущено фразу *Being a doctor was stressful and a lot of work*, залишивши тільки ключову думку, що героїня рада бути 'корисною декорацією'.

(86) - *I'm like you now. Ugly and unwanted. - Thanks, kid* (BS, URL). - Я як ти зараз, огидна і небажана. - Дяки (МВ, URL).

Опущено слово 'kid', яке не має особливої ваги в контексті діалогу.

(91) *And Barbie Video Girl* (BS, URL)! - І відео-Барбі тут (МВ, URL)?

Було опущено слово *Girl*, перетворено на просте 'відео-Барбі', що спрощує переклад.

(96) *Hell yes, White Savior Barbie* (BS, URL)! - Це кайф Рятівнице Барбі (МВ, URL)!

Опущено *Hell yes*, замінено на вираз 'Це кайф', щоб передати емоційне забарвлення у більш природній формі для української мови.

6. Додавання

(5) *Because Barbie can be anything, women can be anything* (BS, URL). - Барбі може бути ким завгодно, отже і жінка може бути ким завгодно (МВ, URL).

Додавання фрази 'ким завгодно' двічі підкреслює можливості та свободу вибору, що є важливим для передачі основного меседжу про рівноправність та самореалізацію.

(12) *I'm just dying to DANCE* (BS, URL)! - Я до смерті люблю танці (MB, URL)!

Перекладач додає слово 'люблю', щоб підкреслити емоційний заряд фрази і додати інтенсивності бажанню танцювати.

(33) *All those grateful, powerful women who owe their wonderful lives to Barbie* (BS, URL). - Всі ці прекрасні, впевнені в собі жінки завдячують своїм чудовим життям Барбі (MB, URL).

Додавання 'впевнені в собі' підсилює зміст фрази, створюючи образ сильних жінок, які завдячують своїм успіхом Барбі.

(38) *Have I died and gone to heaven because you're an angel* (BS, URL). - Це що Мері потрапив до раю, бо ти мала тупо янгол (MB, URL).

Слово 'мала' додається для створення більш дружнього та неформального стилю, що відображає особливий тон і взаємодію між персонажами.

(77) - *Nothing. We just explained the impeccable immaculate seamless garment of logic that is Patriarchy and she crumbled. - Oh my God. It's like in the 1500s with the indigenous people and small pox. They had no defenses against it* (BS, URL). - - Познайомив з неперевершеною, бездоганною, ідеально-логічною ідеєю патріархату і вони здалися. - О господи. Це як в середні віки з корінним населенням і віспою. Вони були беззахисні проти неї (MB, URL).

Додавання слова 'ідеєю' підкреслює абсурдність і водночас серйозність опису патріархату, створюючи більш яскравий образ.

(100) *It's like I'm a woman already* (BS, URL)... Вау, я ніби жінкою стала (MB, URL).

Додавання слова 'стала' надає фразі завершеності і більш точно передає змістовий перехід від одного стану до іншого.

7. Цілісне перетворення

(17) *I think my - I don't even have any context for this, but - I think my feet are - my heels are on the ground (BS, URL). - Я не знаю як це сталося, та раптом мої п'ятки, мої стопи стали опускатися (MB, URL).*

Цілісне перетворення із збереженням основного сенсу. Пропущено частину думок і уточнень з оригіналу *I don't even have any context for this*, але збережено ключове повідомлення про "опускання п'яток". Це скорочення та узагальнення.

(24) *What's cookin' good lookin' (BS, URL)? - Що новенького Гарненька (MB, URL)?*

У оригіналі використовується сленгова американська фраза, яку перетворено в більш стандартне українське звертання. Передано зміст, але без сленгу.

(27) *Look at your upper thigh. CELLULITE. It'll spread EVERYWHERE and you'll start getting mushy and sad and... complicated (BS, URL). - Поглянь на стегно. Це целюліт. Він розповзеться скрізь і ти станеш гидкою рюмсою з комплексами (MB, URL).*

Емоційно посилений переклад. В перекладі додано негативний підтекст гидкою рюмсою з комплексами, що значно підсилює емоційне забарвлення оригіналу.

(36) *Do fries come with that shake (BS, URL)? - Ти де цю цукерочку знайшов (MB, URL)?*

Ідіоматична фраза з оригіналу перетворена на іншу ідіоматичну фразу в українській мові, яка зберігає жартівливий тон.

(43) *What do we really sell? We sell dreams! Imagination! And sparkle! When you think of sparkle, what do you think after that? Female agency (BS, URL). - Та що ми насправді продаємо їхні мрії і їхню уяву... і творчість. А коли йдеться про творчість, кого ви уявляєте ? Вільних жінок (MB, URL).*

Термін *female agency* в оригіналі вказує на ідею жіночої автономії, самостійності й впливу. Перекладач використовує фразу 'вільних жінок', яка

передає загальну ідею свободи й незалежності, але спрощує та узагальнює значення. *Female agency* - це ширший термін, що стосується прав, можливостей і впливу жінок на соціальні процеси, тоді як "вільні жінки" акцентують лише на свободі.

(45) *If this got out, that our dolls were coming to Los Angeles from Barbie Land as life-size versions of themselves and roaming the earth it would be very bad... (lame finish) ... for business* (BS, URL). - Якщо впливе, що наші ляльки потрапляють в Лос-Анджелес з Барбіленду ще й в образі живих людей, блукають світом, це буде дуже погано... ЦЕ КАТАСТРОФА (MB, URL).

При перекладі підсилюється драматизм ‘дуже погано... ЦЕ КАТАСТРОФА’, тоді як в оригіналі завершення фрази звучить як *very bad... for business*. І ми розуміє що сенс в англійській мові є зневажливим до жінок, адже вказується що погано саме для ‘бізнесу’.

(48) *Okay, so you're like BARBIE Barbie. Like a professional bimbo* (BS, URL)? - То ти реально Барбі? Пустоголова фіфа (MB, URL)?

В оригіналі слово *bimbo* — це англійський сленговий термін, який означає стереотипну привабливу, але не дуже розумну жінку. У перекладі *bimbo* передано як ‘пустоголова фіфа’, що відтворює значення та негативну конотацію оригіналу. Це вдалий вибір, оскільки передає ідею зовнішньої привабливості та внутрішньої легковажності.

(55) - *Hi Honey Bear! - MOM! Don't call me that* (BS, URL)! - Привіт кролику БоБо! - Ну я ж просила (MB, URL).

Замінено звертання *Honey Bear* на інше зменшувальне ім'я ‘кролику БоБо’. Збережено емоційний підтекст, але адаптовано культурно.

(56) *Wow! The Mothership* (BS, URL)! - Вау! Рідна гавань (MB, URL).

У перекладі зроблено культурно адаптовану заміну, де ‘рідна гавань’ передає ідею місця повернення або спокою, що має глибокий емоційний резонанс в українській культурі. Це може краще відповідати сприйняттю

української аудиторії, хоча при цьому втрачається оригінальний контекст футуристичної чи технологічної асоціації.

(62) - *So, a woman does work here. - Oh, sweetie, we do more than work here* (BS, URL). - То жінки все ж тут працюють - О, сонце, ми робимо набагато більше (МВ, URL).

В оригінальному тексті ми маємо зменшено пестливе слово *sweetie*, в українському перекладі використавши трансформацію цілісного перетворення замінили на інше зменшено пестливе слово ‘сонце’.

(63) - *You look different. - I'm not what I used to be. I used to be perfect. - I don't know, I think you're just right* (BS, URL). - Ти якась інакша - О та я зараз сама на себе не схожа. Зазвичай я ідеальна. - А мені здається, ти саме зараз ідеальна (МВ, URL).

Переклад відтворює зміст оригіналу з деякими незначними доповненнями ‘зазвичай я ідеальна’, де слухачі розуміють, що стан ідеальності зберігається завжди, і коли жінка не ідеальна, то це проблема.

(64) *God I hope nobody from school saw us put a life-size Barbie in our car* (BS, URL). - Хоч би зі школи ніхто не бачив, що жива Барбі у нас в авто (МВ, URL).

В оригінальному тексті ми маємо фразу *a life-size Barbie*, в українському перекладі використавши трансформацію цілісного перетворення замінили на іншу фразу ‘жива Барбі’.

(72) - *It's happening. That thing we could never imagine. If we don't get my Words Lady - Executive Assistant - Executive Words Lady and someone who is probably her daughter* (BS, URL). - Це сталося, те що ми не могли уявити. Якщо не повернемо мою підлеглу. - Персональну асистентку - Мою персональну підлеглу, і ту малу яка напевно є її донька (МВ, URL).

В цьому прикладі ми бачимо діалог між головним директором фірми Mattel та його помічником. Директор просить повернути одну з його працівниць, називаючи її при цьому ‘підлеглою’, масимально зменшуючи чим

словом статус жінки. Його асистент спробував виправити його, сподіваючись, що це просто обмовка, але останньою фразою ми бачимо, що Директор не бажає виправлятися, цим самим розумію його справжнє зневажливе відношення до усіх жінок.

(80) *This is MY Mojo Dojo Casa House. Not Barbie's Mojo Dojo Casa House. Right* (BS, URL)? - Це моя мачо-хлопчача-кайфо-хата, а не твоя мачо-хлопчача-кайфо-хата. Отак (MB, URL).

У перекладі використано комічні й розмовні терміни, які передають ту саму ідею, що й оригінал. В оригіналі ‘*Mojo Dojo Casa House*’ — це поєднання слів з різних мов, що звучить абсурдно й смішно. Перекладач адаптував це як ‘мачо-хлопчача-кайфо-хата’, зберігаючи абсурдність і грайливий характер. У перекладі замість *Right?* вжито ‘Отак’, що відповідає інтонації утвердження та закріплює його. Це культурна адаптація, що підходить до української мови.

(83) - *I didn't wish anything! I've never wanted anything to change. - Well, honey, that's life. It's all change. - Well that's just terrifying. I don't want that* (BS, URL). Я нікого не кликала, я не хотіла ніяких змін. - О люба, це ж життя, воно не стоїть на місці. - Але це жахливо. Я не хочу так (MB, URL).

В оригінальному тексті ми маємо зменшено пестливе слово *honey*, в українському перекладі використавши трансформацію цілісного перетворення замінили на інше зменшено пестливе слово ‘люба’.

(99) *Oh sweetheart you are just so cute when you're confused* (BS, URL). - О золотце, ти така гарненька коли дурненька (MB, URL).

Слово *confused* перекладено як ‘дурненька’, що дещо відхиляється від початкового значення. В оригіналі *confused* означає розгублена або збентежена, тоді як ‘дурненька’ в перекладі має дещо інший відтінок, з натяком на легковажність або недолугість. Це змінює сприйняття фрази з оригінального значення.

Отже після ретельного дослідження та порівняння оригіналу та перекладу, ми можемо зробити висновок, що передача образу жінки

українською мовою відбувається за допомогою лексичних, граматичних та лексико-семантичних трансформацій. Частота їх використання проілюстрована за допомогою наступної діаграми (рис. 3.1):



Рис. 3.1 Співвідношення використаних трансформацій

Було відібрано 100 речень для аналізу частоти використання трансформацій під час перекладу образу грошей з англійської на українську. 38 лексичних одиниць (35%) передано українською мовою за допомогою лексичних трансформацій, 11 одиниць (10%) - лексико-семантичні та 60 лексем (55%) – граматичні трансформації. Зауважимо, що в процесі перекладу девять речень було використано для повторного аналізу інших наявних в ньому трансформацій.

Отже, можна стверджувати, що калькування (27%) є найбільш використовуваною лексичною трансформацією; друге місце розділяє транслітерація (4%) та транскрипція (4%). Щодо граматичних трансформацій то на першому місці знаходяться цілісне перетворення (15%), потім опущення (12%), граматична заміна (10%), компенсація (8%), додавання (5%), антонімічний переклад (3%), та транспозиція (2%). Найменш поширеними виявилися такі лексико-семантичні трансформації, такі як диференціація (4%)

та конкретизація (4%), модуляція (1%) та генералізація (1%). Це показано на діаграмі нижче (рис. 3.2):

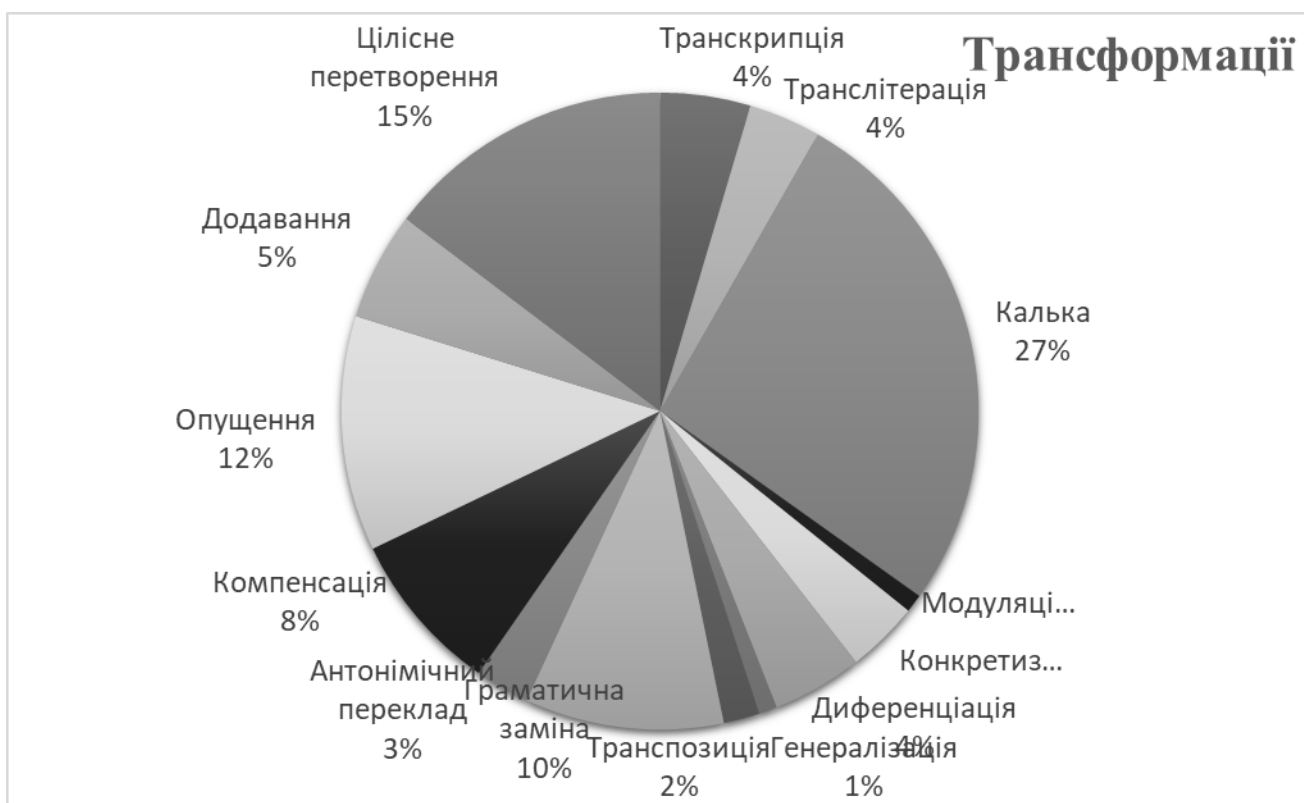


Рис. 3.2 Співвідношення усіх використаних трансформацій

ВИСНОВКИ

У даній науковій роботі було проаналізовано поняття образу, засоби його формування та методи перекладу на українську мову. У першому розділі ми дослідили образ як лінгвістичну проблему. Важливо відзначити, що це складна й багатовимірна естетична категорія, яка відіграє важливу роль у багатьох гуманітарних науках, таких як філософія, лінгвістика, літературознавство, психологія, фольклористика тощо, навіть пропри те, що в кожній з цих дисциплін поняття образу має свої специфічні трактування та визначення.

У Розділі II ми проаналізували способи зображення образу жінки у фільмі «Барбі». Робоча гіпотеза полягала в тому, що образ жінки у сучасному англomовному кінодискурсі, зокрема у фільмі «Барбі», будується за допомогою набору стереотипних та новаторських характеристик, які віддзеркалюють сучасні соціальні тенденції та виклики. Переклад цього образу на українську мову може мати певні виклики, пов'язані з культурними, соціальними та лінгвістичними особливостями українського контексту. Проведене дослідження показало, що ця гіпотеза була підтверджена.

Під час аналізу фільму «Барбі» вдалося виявити, що центральний образ жінки не обмежується традиційними стереотипами, а пропонує ширший погляд на роль жінок у суспільстві, включаючи елементи фемінізму, соціальної справедливості та самовизначення. Переклад таких складних тем українською мовою вимагав врахування культурних нюансів і викликів, пов'язаних з адекватним відтворенням англomовних концепцій та ідеологій. У дослідженні ми виділили основні концепти такі як «ЖІНКА Є МАТИ, ЖІНКА Є СЕКСУАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ, ЖІНКА Є ІГРАШКА, СВОБОДА» .

У результаті аналізу дискурсу фільму «Барбі» було з'ясовано, що образ жінки формує як позитивні, так і негативні стереотипи. Основна увага приділяється самостійності та вибору жінки, її здатності вирішувати власні проблеми і досягати успіху незалежно від зовнішніх обставин. Це підсилюється діалогами, візуальними засобами та загальним посиленням фільму.

Однією з основних труднощів було перенесення соціокультурних особливостей, які є характерними для англomовного суспільства, в українську культуру. Деякі концепти, як-от «girl power», можуть мати різні конотації в англійській та українській мовах, що потребувало творчого підходу до перекладу. Використання певних неологізмів та адаптація виразів допомогли зберегти суть образу жінки, однак інколи це вимагало введення нових лексичних засобів для адекватної передачі сенсу.

Безсумнівно, культурний контекст відіграє ключову роль в інтерпретації та перекладі. Перекладачі повинні були враховувати не лише лінгвістичні аспекти, але й культурні відмінності між англomовною та українською аудиторією. В деяких випадках доводилося вибирати між дослівним перекладом і адаптацією тексту, щоб зберегти основне послання фільму. Наприклад, в оригінальному фільмі використовувалися гендерно нейтральні терміни, які в українській мові перекладалися залежно від контексту, що вплинуло на сприйняття деяких персонажів.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості їх використання при перекладі інших фільмів, де образи жінок займають ключове місце. Перекладачам слід звертати увагу на те, що відтворення жіночих образів вимагає не тільки лінгвістичної адекватності, але й глибокого розуміння культурних особливостей цільової аудиторії. Окрім того, ці результати можуть бути використані в навчальних програмах з перекладу, де важливо розвивати навички адаптації тексту з урахуванням гендерних і культурних факторів.

Також отримані результати можуть бути корисними для кінокритиків та науковців, що вивчають гендерні аспекти у кінематографі. Важливо звертати увагу на те, як зміни у суспільстві впливають на формування нових архетипів та образів у кіно, а також як ці зміни відтворюються у різних культурних середовищах через переклад.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вивчення гендерних аспектів у перекладі інших медійних продуктів, таких як серіали, реклами та

відеоігри. Важливо також дослідити, як зміна культурних і соціальних умов впливає на еволюцію жіночих образів у різних країнах та як це відтворюється у перекладах.

З огляду на сучасний розвиток перекладацьких технологій, варто звернути увагу на те, як автоматизовані системи перекладу справляються з перекладом гендерно забарвлених образів. Це дасть можливість оцінити точність і адекватність таких систем і визначити, наскільки вони можуть бути корисними для перекладачів у подібних завданнях.

В останньому розділі цього дослідження ми розглянули основні способи перекладу лексичних одиниць, які використовувались для позначення образу жінки. Загальна кількість досліджуваних трансформацій – 100. Наш аналіз показав, що в більшості випадків образ жінки відтворюється українською мовою за допомогою лексичної трансформації, а саме - семантична калька.

Що стосується лексико-семантичних та граматичних трансформацій, то, незважаючи на їхню меншу кількість, ми все ж могли зустріти достатню кількість випадки їх вживання для порівняння. Перекладач здебільшого використовував цілісне перетворення, опущення та граматичну заміну. Крім вище зазначених трансформацій також використовувалися компенсація, додавання, антонімічний переклад, транспозиція, диференціація, конкретизація, модуляція та генералізація.

Отже, дослідження образу жінки у сучасному англomовному кінодискурсі та його відтворення в українському перекладі продемонструвало важливість врахування як лінгвістичних, так і культурних особливостей при передачі складних концепцій. Подальші дослідження можуть ще більше розширити знання у цій сфері, допомагаючи перекладачам створювати тексти, які точно відображають оригінальний задум авторів та відповідають очікуванням різних культурних аудиторій.

Таким чином, в ході нашого дослідження, всі завдання були вирішені в повному обсязі, а мета, яка полягала у дослідженні образу жінки та засобів мовної репрезентації образів була досягнута.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бехта, І. А., Марчук, О. В. (2021). Структурно-типологічна параметризація художнього текстопростору англомовного фентезі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, 47, 17-20. Retrieved from http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v47/part_1/6.pdf
2. Бідасюк, Н. В., Кучман, І. М. *Синхронний аудіовізуальний переклад: виклики професії. Відновлено з* <https://elar.khmnmu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/2357b44f-2bed-45be-835f-c8e4e394b249/content>
3. Білоус, П. В. (2011). *Вступ до літературознавства: навчальний посібник* ВЦ «Академія». 336 с.
4. Брижань, І. О. (2018). Метафорика як складова художнього образу в живописі кінця XIX – XX ст. *Кривий Ріг*, 115 с.
5. Ворона, М. В. (2010). Гендерні стереотипи: сутність, функції, наслідки. *Статистика України*, 4, 71–74.
6. Галич, О., Назарець В., Васильєв Є. (2005). *Теорія літератури: підручник*. Вид. 2-ге. Київ: Либідь. 488 с.
7. Гнатенко, К. (2016). Проблеми вивчення художнього образу в літературному творі *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія: Філологічні науки*, 1, 59-64.
8. Гром'як, Р.Т., Папуша, І.В. (2002). *Літературознавча компаративістика Навчальний посібник, Лановик Мар'яна Перекладознавчі проблеми компаративістики крізь призму літературознавчих теорій* С. 337
9. Данилович, О.Д. Інтенсивність сполучуваності лексико-семантичних груп прикметників з лексико-семантичними групами іменників в англійськомовному художньому дискурсі. *Odessa Linguistic Journal*. Issue 13 Odessa, 2019. С. 3-13 ISSN 2312-3192 (print), ISSN 2663-564X (online) №13. <http://olj.onua.edu.ua/index.php/olj/article/view/517>

10. Дудик, П. С. (2005). *Стилістика української мови: Навчальний посібник*. Видавничий центр «Академія» С. 368
11. Журавльова, О. (2009). Переклад як складова процесу інтерпретації тексту. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Лінгвістика*. Вип. 10. С. 245–250.
12. Колісниченко, Т. В. (2020). Рекламний дискурс: поняття, ознаки та функції. *Закарпатські філологічні студії*, 13 (2). 93-97. DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2020.13-2.18>
13. Колісниченко, Т. В. (2020). Підходи до вивчення рекламного дискурсу. *Нова філологія*. Збірник наукових праць. Запоріжжя: ЗНУ, № 79. 148 с. С. 67-72 <https://doi.org/10.26661/2414-1135/2020-79-11>
14. Коптілов, В. В. (1982). *Теорія і практика перекладу: навч. посіб. для студ. філол. ф-тів ун-тів*. К.: Вища шк., С. 166
15. Коптілов, В.В. (2003). *Теорія і практика перекладу: навчальний посібник*. Київ: Юніверс. С. 280
16. Корольова, Т. М. (2018). Стратегії, тактики та операції перекладу. *Proceedings of XX International scientific conference “Practical Applications of Research Findings”*. Morrisville: Lulu Press. P. 60—63.
17. Коропатніцька, Т.П. (2015). Семантичне градування порівняння у дискурсі *Науковий вісник ЧНУ*, 740-741, 88-93.
18. Коцюбинська, М. Ф. (1965). *Література як мистецтво слова*. К.: Наук. Думка. С. 324
19. Коцюбинська, М. Х. (1961). Поетика Потебні та її значення для радянського літературознавства. *Радянське літературознавство*, 2, 46–57.
20. Кудін, В. (1964). Типізація в художньому творі. Київ : Дніпро. С. 75
21. Куньч, З. Й. (2018). Образність мовлення як ознака культури мови (на прикладі метафори). *Український смисл*. № 2018. С. 14-22.
22. Лановик, М. (2006). *Теорія відносності художнього перекладу: літературознавчі проєкції*. Тернопіль: Редакційно-видавничий відділ

ТНПУ. С. 470.

23. Лащик, Н. М., Кучера, А. М. (2019). Переклад художнього тексту та інтерпретація (літературознавчий аспект). *Прикарпатський вісник НТШ. Слово*. 3 (55). С. 198–204.
24. Лісун О. В., Советна А. В. (2019). Особливості відтворення портретних характеристик персонажів в українському художньому перекладі (на матеріалі твору Трумена Капоте «Інші голоси, інші кімнати»). *Науковий вісник, Міжнародного гуманітарного ун.-ту*. Серія: Філологія. 43. Том 4. С. 68–71.
25. Лорка, Ф. Г. (1989). Гітара; Крик; Пісня вершника. *Щорічник «Україна. Наука і культура»*. Київ. Вип. 23. С. 409
26. Максименко, Ю., Синенький, Д. (2009). *Теоретичні засади пізнання художнього образу, Психологія і суспільство*. Тернопіль : ТНЕУ. № 4. С. 181-185.
27. Максимчук-Макаренко, С. (2017). Типологія жіночих образів у літературній спадщині Олександра Довженка: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук: спец. «Українська література» Київ. С. 21
28. Марко, В.П. (2003). *Основи аналізу літературного твору: навч.-метод. посібник*. Кіровоград: РВЦ КДПУ ім. В. Винниченка. С. 32
29. Мельничайко, В. Я. (1997). *Лінгвістичний аналіз художнього тексту: завдання і методи, Теорія і практика літературного аналізу художнього тексту*. Тернопіль.: Лілея. №2. С. 26-35.
30. Наливайко, Д. С. (2009). *Сучасна літературна компаративістика: стратегії і методи*. Антологія. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія». 488 с
31. Поліщук, Я. (2002). *Міфологічний горизонт українського модернізму: монографія*. Івано-Франківськ: Лілея. С. 392
32. Приходько, І. (2016). Дослідження поняття «образ» у гуманітарній парадигмі, *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія:

- Лінгвістика: зб. наук. праць, ред. В. П. Олексенко. Херсон: Вид-во ХДУ. Вип.25. С. 135-139.
33. Пастрик, Т.В. (2006). Концептуальна модель продуктивного білінгвізму перекладача. *Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка*. Т. 8. Вип. 2. С. 141-148.
34. Полюжин, М. (2015). Поняття, концепт та його структура. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки*. Мовознавство. № 4. С. 212-222.
35. Сивокінь, Г. (2006). У вимірах сприймання. *Теоретичні проблеми художньої літератури, її історії та функцій*. Київ: “Фенікс”. С. 304
36. Томусяк, А. О. (2022). Мотиваційний аспект та роль контексту у «художній» комунікації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: «Філологія». Випуск 53, том 2. С. 43-46.
http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v53/part_2/10.pdf
37. Томусяк, А. О. (2022). Вербалізація авторських інтенцій модифікованими експресивними синтаксичними структурами в англomовному художньому тексті. Актуальні питання гуманітарних наук: *Міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Випуск 47, том 4. С. 153-158.
http://www.aphn-journal.in.ua/archive/47_2022/part_4/25.pdf
38. Томусяк, А. О. (2020). Інверсія як експресивно-комунікативна модифікація речення у художньому англomовному тексті, *Науковий журнал «Молодий вчений»*, №2(78). С. 167-170
<http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2020/2/38.pdf>
39. Томусяк, А. О. (2018). Комунікативні інтенції автора художнього тексту як моделюючий фактор його образу, *Науковий вісник Маріупольського державного університету*. Серія «Філологія». Випуск 18. Маріуполь. С. 314-320.
40. Томусяк, А. О. (2021). Поліпарадигмальна природа художнього тексту в

сучасних наукових розвідках, *Науковий журнал «Молодий вчений»*, №3 (91). С. 69-72. <http://molodyvcheny.in.ua/ua/archive/91/>

41. Томусяк, А. О. (2022). *Прагматичні характеристики тексту як відображення мотивації мовної особистості*. *Modern research in world science*. Львів. С. 1061-1064. <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2022/04/MODERN-RESEARCH-IN-WORLD-SCIENCE-17-19.04.22.pdf>
42. Українська мова (2009). енциклопедія / НАН України, Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні, Ін-т укр. мови; редкол.: В. М. Русанівський [та ін.]. Вид. 2-ге, випр. і допов. Київ: Вид-во "Українська енциклопедія" ім. М. П. Бажана, 2004. С. 820
43. Ференц, Н.С. (2011). *Основи літературознавства: підручник*. Знання. 431 с.
44. Чугу, С. Д. (2019). Інтерпретативний підхід до декодування символів культури в перекладі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного ун.-ту*. Серія: Філологія. 43, 114-117. Том 4.
45. Чуланова, Г. В., Харченко, В. Ю. (2020). Текстосцентричний підхід до перекладу. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Том 31 (70), 4, 208-212. Ч. 2. С. 208.
46. Швачко, С. О. (2019). *Об'єкти перекладознавства : монографія*. Сумський державний університет. 222 с.
47. Шевкун, А. В. (2019). Проблемні аспекти відтворення авторського ідіостилю під час перекладу (на матеріалі роману І. Мак'юена "Atonement" та його перекладів українською і російською мовами). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного ун.-ту*. Серія: Філологія. 41, 182-186. Том 2.
48. Шемуда, М. Г. (2020). *Грамматичні трансформації при перекладі англomовного художнього роману Дж. Селінджера «Над прірвою у житті» на українську мову*.

49. Щепанська, Х. (2020). Мовний образ чи мовні засоби вираження образу: кореляція понять. *Вісник Львівського університету*. Серія філологічна. Вип. 72. С. 244–250
50. Щербань, О. О. (2010). Символічна функція художнього образу. *Вісник РТУУ «КПІ»*. Філософія. Психологія. Педагогіка. Вип.2. С. 65-69.
51. Яхонтова, Т. В. (2019). Лінгвістична генеологія наукової комунікації: монографія. Львів: *Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка*. 420 с
52. Baker, M. (1992). *In Other Words – A Coursebook on Translation*. Routledge, London and New York.
53. Bassnett, S., Lefevere, A. (1998). *Constructing Cultures: essays on literary translation*. Clevedon: Multilingual matters. P. 163
54. Beeby, A. (2000). *Investigating Translation*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, Benjamins Translation Library.
55. Bertrand Russell, (2020). «The Problems of Philosophy».
56. Bruzdziak, E. (2011). *Translation Strategies and Techniques in Audivisual Translation of Humour: Analysis of “Shrek 2” and “Ice Age”*. Published MA Thesis, CRIN Verlag.
57. Chovanec, J. (2011). *Humour in quasi-conversations: Constructing fun in online sports journalism. The Pragmatics of Humour across Discourse Domains*. London: Routledge & Kegan Paul. P. 243-264.
58. *Cognitive Linguistics: Basic Readings* [Електронний ресурс]. (2006) From <https://arkitekturadellenguaje.files.wordpress.com/2013/11/cognitive-linguisticsbasics-readings-dirk-geeraerts.pdf>
59. Dynel, M. (2011). *Stranger than Fiction? A Few Methodological Notes on Linguistic Research in Film Discourse. Brno Studies in English*. P. 41-46.
60. Dudoladova, O. V. (2003). *Dynamics of the Linguistic Representation of Gender in the English Journalistic Discourse (the second half of the twentieth century - the 87 beginning of the XXI century)*. Kharkiv. P. 198

61. IRYNA TURCHYN, (2021). Lviv National Agrarian University approaches to the recreation of verbal images into English *Науковий журнал. Актуальні проблеми філології та перекладознавства Хмельницький*, No 21, Том 2
62. Kozloff, S. (2000). *Overhearing Film Dialogue*. Berkeley; Los Angeles: *University of California Press*. P. 332
63. Martyniuk, A.P. (2004). *Constructing gender in the English-speaking discourse*. Constant. P. 292
64. McKee, R. (1997). *Story: Substance, Structure, Style and the Principles of Screenwriting*. NY : Regan Books ; Harper Collins. P. 490
65. Nalivaiko, D. (1981). *Iskusstvo: napravleniia, techeniia, stili*. [Art: Directions, Currents, Styles]. Kiev: Mistetctvo.
66. Newmark, P. (1991). *About Translation*. Publisher: Multilingual Matters. P. 184
67. Newmark, P. (2001). *A Textbook of Translation*. Shanghai Shanghai Foreign Language Education Press.
68. Newmark, P. (1988). *Approaches to Translation*. Hertfordshire: Prentice Hall.
69. Nida, E. A. (1964). *Toward a Science of Translating*. Leiden: E. J. Brill.
70. ChatGPT 3.5
71. Quaglio, P. (2009). *Television Dialogue: The Sitcom Friends vs. Natural Conversation*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins. P. 189-210.
72. Sadowski, P. (2000). *Psychological Configuration and Literary Characters: a Systems View*. *Journal of Literary Semantics*. Volume 29. № 2. P. 105-122. From <https://esource.dbs.ie/server/api/core/bitstreams/f5ee759a-1c89-4e09-b114-d8d0d0347346/content>
73. Shchepanska, Kh. (2018). *The levels of imagery in the poetic text* / Kh. Shchepanska. Редакційно-видавничий відділ ДДПУ імені Івана Франка. С. 186-194. (Серія «Філологія»; вип. 42).
74. Tsur, R. (2002). *Aspects of cognitive poetics, Cognitive Stylistics: Language and Cognition in Text Analysis*, Ed. by E.Semino and J.Culpeper. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins. P. 281.

[http://www.neurohumanitiestudies.eu/archivio/Tsur,_Aspects_of_Cognitive_Poeti cs.pdf](http://www.neurohumanitiestudies.eu/archivio/Tsur,_Aspects_of_Cognitive_Poeti_cs.pdf)

75. Tsur, R. (1992). *Toward a theory of cognitive poetics*. Amsterdam.
76. Viaggio, S. (2001). *Simultaneous Interpreting for Television and Other Media : Translation Doubly Constrained. (Multi) Media Translation : Concepts, Practices and Research* / Eds. Y. Gambier, H. Gottlieb. Amsterdam : John Benjamins Publishing Co. P. 23–33.

СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

(ФЕС) – Філософський енциклопедичний словник / [уклад. В. І. Шинкарук та ін.]. – К.: Абрис, 2002. – 744 с

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

(BS, URL) <https://8flix.com/assets/screenplays/b/tt1517268/Barbie-2023-screenplay.pdf>

(MB, URL) - <https://uaseial.tv/movie-barbie/am>

ДОДАТОК

	Текст оригіналу	Текст перекладу
1.	<i><u>Barbie changed everything. Then she changed it all</u></i> (BS, URL).	Так, <u>Барбі змінила все</u> , а потім зробила це ще раз (МВ, URL).
2.	<i><u>Look at it. All of these women are Barbie. And Barbie is all these women</u></i> (BS, URL).	<u>Усі жінки бачили у собі Барбі. І Барбі уособлювала кожну з них</u> (МВ, URL).
3.	<i><u>She might have started out as just a lady in a bathing suit, and she became so much more</u></i> (BS, URL).	Може спершу вона і була просто <u>дівчиною в купальнику</u> , та стала вона чимось набагато більшим (МВ, URL).
4.	<i><u>She has her own money, her own house, her own car, her own career</u></i> (BS, URL).	<u>У неї є власні гроші, власний дім, власна машина, власна кар'єра</u> (МВ, URL).
5.	<i><u>Because Barbie can be anything, women can be anything</u></i> (BS, URL).	<u>Барбі може бути ким завгодно, отже і жінка може бути ким завгодно</u> (МВ, URL).
6.	<i><u>Girls can grow into women who can achieve everything and anything they set their mind to</u></i> (BS, URL).	<u>Дівчатка виростають у жінок, здатних досягнути абсолютно всього про що вони мріють</u> (МВ, URL).
7.	<i><u>Thanks to Barbie all problems of feminism and equal rights have been solved</u></i> (BS, URL)!	Завдяки Барбі всі <u>проблеми фемінізму та рівних прав</u> були вирішені (МВ, URL).
8.	<i><u>Only Barbies are Barbies, and we would argue that corporations have no “free speech” rights to begin with, so any claim on their part to be exercising a right is just their</u></i>	На нашу думку гроші не дають владу і корпорації не мають права обмежувати нас. Тож будь які їхні спроби застосувати це право є намаганням перетворити нашу

	<i>attempt to turn our <u>democracy into a plutocracy</u> (BS, URL)!</i>	<u>демократію на плутократію</u> (МВ, URL).
9.	<i>Midge was Barbie's pregnant friend. She was discounted by Mattel because a <u>pregnant doll was just too weird</u> (BS, URL).</i>	Мітч була вагітною подругою Барбі. Матео зняли її з продажу, бо <u>вагітна лялька це надто дивно</u> (МВ, URL).
10.	<i>Barbie has a great day every day, but Ken only has a great day if <u>Barbie looks at him</u> (BS, URL).</i>	У Барбі кожен день найкращий, а у Кена він такий лише коли Барбі <u>гляне на нього</u> (МВ, URL).
11.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>You look so <u>beautiful Barbie!</u></i> - <i>Thank you Barbie! I FEEL so beautiful</i> (BS, URL)! 	<ul style="list-style-type: none"> - А ти просто <u>красуня, Барбі.</u> - Дякую Барбі. Я почувуюся красунею (МВ, URL).
12.	<i>I'm just <u>dying to DANCE</u> (BS, URL)!</i>	Я <u>до смерті люблю танці</u> (МВ, URL)!
13.	<i>Cause <u>we're girlfriend boyfriend</u> (BS, URL).</i>	Ну я ж твій <u>хлопець</u> (МВ, URL).
14.	<i>And after all, this is MY <u>Dreamhouse</u>. It's Barbie's <u>Dreamhouse</u>. Not Ken's <u>Dreamhouse</u> (BS, URL).</i>	І це мій <u>будиночок</u> . Це <u>будиночок</u> Барбі, а не <u>будиночок</u> Кена (МВ, URL).
15.	<i><u>Every night is girl's night</u> (BS, URL).</i>	<u>Кожен вечір дівочий</u> (МВ, URL).
16.	<i><u>Barbie doesn't get embarrassed</u> (BS, URL)!</i>	<u>Барбі соромно не буває</u> (МВ, URL)!
17.	<i>I think my - I don't even have any context for this, but - I think my feet are - <u>my heels are on the ground</u></i>	Я не знаю як це сталося, та раптом мої <u>п'ятки, мої стопи стали опускатися</u> (МВ, URL).

	(BS, URL).	
18.	<i>I'm no longer on my tip-toes. <u>FLAT FEET</u> (BS, URL)!!</i>	Я більше не стою навшпиньки. <u>ПЛОСКОСТОПІСТЬ</u> (МВ, URL)!!
19.	<i>I know I'm <u>Stereotypical Barbie</u>, and therefore don't form conjectures concerning the causality of adjacent unfolding events, but some stuff has been happening that might be related (BS, URL).</i>	Я знаю, я стереотипна Барбі, і не формую жодних здогадок чи теорій щодо наслідків того що відбувається, проте ці дивні події мабуть пов'язані (МВ, URL).
20.	<i><u>You're malfunctioning</u> (BS, URL)!</i>	<u>Ти зламалася</u> (МВ, URL)!
21.	<i>I heard that she used to be <u>the most beautiful Barbie</u> of all but then someone played too hard with her in the Real World (BS, URL)...</i>	Я чула, що колись вона була <u>найпрекраснішою Барбі</u> , а тоді хтось жорстко погрався нею в реальному світі (МВ, URL).
22.	<i>and now she's fated to an eternity of making other Barbies perfect while falling more and more into disrepair herself. And that <u>we call her Weird Barbie all the time both behind her back and also to her face</u> (BS, URL).</i>	Відтоді вона на вічно приречена робити інших барбі ідеальними, натомість приносячи себе в жертву їхній красі. Тому <u>ми називаємо її Дивною Барбі позаочі і в обличчя теж</u> (МВ, URL).
23.	<i>I would never wear heels if <u>my feet were shaped like this</u> (BS, URL).</i>	<u>Із такими ногами</u> я б ніколи в житті не носила підбори (МВ, URL).
24.	<i>What's cookin' good lookin' (BS, URL)?</i>	Що новенького <u>Гарненька</u> (МВ, URL)?
25.	<i>Welcome, welcome to my <u>Weirdhouse</u> (BS, URL).</i>	Вітаю в <u>дивному будинку</u> (МВ, URL).

26.	<i>You've opened a portal! Well, someone did! There is a rip in the continuum that is the <u>membrane between Barbie Land and the Real World</u> and if you want to <u>be Stereotypical Barbie perfect again</u> you've got to go fix it (BS, URL)!</i>	Ти відчинила портал! Хтось відчинив! І тепер у нас розрив у континуумі, що є <u>мембраною між Барбілендом і реальним світом</u> . Якщо хочеш знову <u>стати ідеальною стереотипною Барбі</u> , тобі доведеться це виправити (МВ, URL)!
27.	<i>Look at your upper thigh. <u>CELLULITE</u>. It'll spread <u>EVERYWHERE</u> and <u>you'll start getting mushy and sad and... complicated</u> (BS, URL).</i>	Поглянь на стегно. Це <u>целюліт</u> . Він розповзеться скрізь і <u>ти станеш гідкою рюмсою з комплексами</u> (МВ, URL).
28.	<i>The girl playing with you must be sad and <u>her thoughts and feelings and humanness are interfering with your dollness</u> (BS, URL).</i>	І дівчинка яка грається тобою сумує і <u>її думки і почуття і людські якості впливають на твої лялькові</u> (МВ, URL).
29.	<i>Why <u>would she be sad</u>? We fixed everything so that all women in the real world are happy and powerful (BS, URL)!</i>	А <u>сумувати нащо</u> ? Ми ж виправили все, щоб усі жінки у реальному світі були щасливими і впевненими (МВ, URL).
30.	<i><u>Babe</u>, listen. You have to want to know (BS, URL).</i>	<u>Мала</u> , слухай. Ти маєш хотіти знати. Ясно (МВ, URL)?
31.	<i>I'm not <u>Adventure Barbie</u>, I'm Stereotypical Barbie. I'm like the Barbie you think of when someone says "think of a Barbie" and that's me (BS, URL)!</i>	Я не <u>пригодницька Барбі</u> , я стереотипна Барбі, я та Барбі яку уявляють на словах «Уявіть Барбі». А це мене (МВ, URL)!
32.	<i>You'll be such a <u>hero</u> to them (BS,</i>	Ти будеш справжньою <u>героїнею</u>

	URL)!	(MB, URL)!
33.	<i>All those grateful, <u>powerful women</u> who owe their wonderful lives to Barbie</i> (BS, URL).	Всі ці прекрасні, <u>впевнені в собі жінки</u> завдячують своїм чудовим життям Барбі (MB, URL).
34.	<i>Give us a smile, <u>blondie</u></i> (BS, URL).	Посміхнись, <u>Білявочко</u> (MB, URL).
35.	<i>We need that good <u>feminine energy</u></i> (BS, URL).	Нам потрібна їхня <u>жіноча енергія</u> (MB, URL).
36.	<i><u>Do fries come with that shake</u></i> (BS, URL)?	Ти де цю <u>цукерочку</u> знайшов (MB, URL)?
37.	<i>If I said you had a <u>hot body</u>, would you hold it against me</i> (BS, URL)?	Не обпечеш мене якщо скажу, що ти <u>гаряча</u> (MB, URL)?
38.	<i>Have I died and gone to heaven because <u>you're an angel</u></i> (BS, URL).	Це що Мері потрапив до раю, бо <u>ти мала тупо янгол</u> (MB, URL).
39.	<i>I don't have a <u>vagina</u> and he doesn't have a <u>penis</u>. We don't have genitals</i> (BS, URL).	Я немаю <u>вагіни</u> , а він не має <u>пеніса</u> . У нас немає геніталій (MB, URL).
40.	<i>Jeez, you would think a construction site at lunchtime would be the <u>perfect place for a little woman-power</u>. But this one was so... male</i> (BS, URL).	Знаєш, я думала, що буд майданчик в обідню перерву, <u>це ідеальне місце жіночої сили</u> . А цей був таким... маскулінним (MB, URL).
41.	<i>POLICE MAN</i>	

	<ul style="list-style-type: none"> - <u>She's even sexier in clothes.</u> - <u>I know, because you can imagine more</u> (BS, URL). 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>В штанах вона ще красивіша.</u> - Бо так можна уявити більше (МВ, URL).
42.	<u>Two of your dolls have gotten loose</u> (BS, URL)!	Дві ваші <u>ляльки вирвались на волю</u> (МВ, URL)!
43.	<u>What do we really sell? We sell dreams! Imagination! And sparkle! When you think of sparkle, what do you think after that? Female agency</u> (BS, URL).	Та що ми насправді продаємо їхні мрії і їхню уяву... і творчість. А коли йдеться про творчість, кого ви уявляєте ? <u>Вільних жінок</u> (МВ, URL).
44.	<u>Barbie in the real world? That's impossible</u> (BS, URL).	<u>Барбі в реальному світі?</u> Це неможливо (МВ, URL).
45.	<u>If this got out, that our dolls were coming to Los Angeles from Barbie Land as life-size versions of themselves and roaming the earth it would be very bad... (lame finish) ... for business</u> (BS, URL).	Якщо впливе, що наші ляльки потрапляють в Лос-Анджелес з Барбіленду ще й <u>в образі живих людей</u> , блукають світом, це буде дуже погано... ЦЕ КАТАСТРОФА (МВ, URL).
46.	<u>No one rests until this doll is back in the box</u> (BS, URL)!	Нікому не розслаблятися, поки ця <u>лялька не опиниться в коробці</u> (МВ, URL).
47.	<u>I'm only your favorite woman of all time – Barbie</u> (BS, URL)!	Я ваша <u>улюблена жінка усіх часів – Барбі</u> (МВ, URL)!
48.	<u>Okay, so you're like BARBIE Barbie. Like a professional bimbo</u> (BS, URL)?	То ти реально Барбі ? <u>Пустоголова фіфа</u> (МВ, URL)?
49.	<u>No way! Barbie's not a bimbo! Barbie's a lawyer. And a doctor.</u>	Ні! Барбі не фіфа! Барбі – <u>лікарка, юристка</u> ,

	<i>And a senator. And a Nobel Prize winner</i> (BS, URL).	Сенаторка, лауреатка Нобелівської премії (МВ, URL).
50.	<i>You represent everything wrong with our culture: <u>sexualized capitalism, unrealistic physical ideals</u></i> (BS, URL).	Ти втілення усього, що не так з нашою культурою: <u>сексуалізований капіталізм, нереалістичні ідеали краси</u> (МВ, URL).
51.	<i>You set the feminist movement back fifty years, you <u>destroy girls' innate sense of worth</u> and you're killing the planet with your glorification of rampant consumerism</i> (BS, URL).	Ти відкинула феміністичний рух на п'ятдесят років, ти <u>знищила наше вроджене почуття гідності</u> й вбиваєш планету своїм прославленням нестримного споживацтва (МВ, URL).
52.	<i>I am powerful and until you showed up here and declared yourself "Barbie", I hadn't thought about you in years, you <u>FASCIST</u></i> (BS, URL).	Я в собі впевнена і поки ти не приперлася і не заявила що ти барбі я не згадувала про тебе роками <u>ФАШИСТКО</u> (МВ, URL).
53.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>You guys certainly <u>aren't doing patriarchy well.</u></i> - <i>Oh, we're doing it well. We just hide it better now</i> (BS, URL). 	<ul style="list-style-type: none"> - Ви хлопці, явно <u>патріархат не правильно використовуєте.</u> - Ні, ні, та ми використовуємо. Ми просто навчилися це приховувати (МВ, URL).
54.	<i>She thinks I'm a <u>fascist</u>? I don't control the railways or the flow of commerce</i> (BS, URL)!	Вона думає, що я <u>фашистка</u> ? Я ж не контролюю залізницю чи комерційну діяльність (МВ, URL)!
55.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Hi <u>Honey Bear!</u></i> - <i>MOM! Don't call me that</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Привіт <u>кролику БоБо!</u> - Ну я ж просила (МВ, URL).

	(BS, URL)!	
56.	Wow! <i>The Mothership</i> (BS, URL)!	Вау! <u>Рідна гавань</u> (МВ, URL).
57.	<i>But since I came all the way here could I meet the woman in charge? Your CEO</i> (BS, URL)?	Та оскільки я вже тут, можна мені поговорити з головною. Вашою <u>Директоркою</u> (МВ, URL)?
58.	<i>I'm a man with no power, does that make me a woman</i> (BS, URL)?	<u>А я чоловік без жодної влади, це робить мене жінкою</u> (МВ, URL)?
59.	<i>Women are the freaking foundation of this long phallic building</i> (BS, URL)!	<u>Жінки буквально є основою цієї дуже високої фалічної будівлі</u> (МВ, URL).
60.	<i>I am the son of a mother, I am the mother of a son, I am the nephew of a woman aunt, some of my best friends are Jewish</i> (BS, URL)...	<u>Я син своєї матері, я мати свого сина, я племінник сестри матері. Мої найкращі друзі євреї</u> (МВ, URL).
61.	<i>GET IN THE BOX YOU JEZEBEL</i> (BS, URL)!	Лізь у коробку <u>спокуснице</u> (МВ, URL)!
62.	- <i>So, a woman does work here.</i> - <i>Oh, sweetie, we do more than work here</i> (BS, URL).	- То жінки все ж тут працюють - О, <u>сонце</u> , ми робимо набагато більше (МВ, URL).
63.	- <i>You look different.</i> - <i>I'm not what I used to be. I used to be perfect.</i> - <i>I don't know, I think you're just right</i> (BS, URL).	- Ти якась інакша - <u>О та я зараз сама на себе не схожа.</u> Зазвичай я ідеальна. - А мені здається, ти саме зараз ідеальна (МВ, URL).
64.	<i>God I hope nobody from school saw us put a life-size Barbie in our</i>	Хоч би зі школи ніхто не бачив, що <u>жива Барбі</u> у нас в авто (МВ, URL).

	<i>car</i> (BS, URL).	
65.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>How are you here? <u>You're like, an idea.</u></i> - <i><u>A GREAT idea</u></i> (BS, URL). 	<ul style="list-style-type: none"> - Звідки ти взялась. <u>Ти ж просто ідея.</u> - <u>Класна ідея</u> (МВ, URL).
66.	<i>Are you Shining with a <u>REAL Barbie</u></i> (BS, URL)?	Ти пов'язана з <u>Реальною Барбі</u> (МВ, URL)?
67.	<i>I'm just a <u>boring Mom</u> with a boring job and a daughter who hates me. Can you blame me for wanting a little fun</i> (BS, URL)?	Я просто <u>нудна мама</u> з нудною роботою і донькою, яка мене ненавидить. Не засуджуй мене за бажання розважитися (МВ, URL).
68.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>But I love women, I want to help women.</i> - <i><u>Oh, come off it, everybody hates women. Women hate women and men hate women.</u></i> <i>It's the thing we can all agree on</i> (BS, URL). 	<ul style="list-style-type: none"> - Я люблю жінок, я хочу допомогти жінкам. - <u>Та облиш, усі ненавидять жінок, жінки ненавидять жінок і чоловіки теж.</u> Це єдине що нас об'єднує (МВ, URL).
69.	<i>Women hold all major positions of power, control all the money, <u>basically everything men do in your world, women do in ours</u></i> (BS, URL).	Жінки обіймають найвищі владні посади, контролюють гроші, <u>усе що чоловіки роблять у вас, жінки роблять у нас</u> (МВ, URL).
70.	<i>and we have <u>a female president!</u></i> <i>And it's <u>fun and work and friendship and female 24/7</u></i> (BS, URL).	О і в нас <u>жінка президент.</u> А ще <u>розваги, робота і дівоча дружба цілодобово</u> (МВ, URL).
71.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Ken, what have you done?!</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Кене, що ти накоїв. Що ти

	<p><i>What are you wearing?!</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Don't question it. Just roll with it <u>tiny baby</u>.</i> - <i>Don't call me "baby!"</i> - <i>Ok, what about <u>Mini Baby like this mini-fridge</u> (BS, URL)?</i> 	<p>нап'ялив ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Не треба оцінок, просто змирися з цим, <u>пупсику</u>. - Я тобі не пупсик. - Може <u>міні пупсик, як цей міні-холодильник</u> (МВ, URL)?
72.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>It's happening. That thing we could never imagine. If we don't get my <u>Words Lady Executive Assistant</u></i> - <i><u>Executive Words Lady</u> and someone who is probably her daughter</i> (BS, URL). 	<ul style="list-style-type: none"> - Це сталося, те що ми не могли уявити. Якщо не повернемо мою <u>підлеглу</u>. - <u>Персональну асистентку</u> - <u>Мою персональну підлеглу</u>, і ту малу яка напевно є її донька (МВ, URL).
73.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>But what does it matter if it's Barbie or Ken? <u>The money is pouring in!</u></i> - <i>Shame on you, Executive Number 2! Do you think I spent my entire life in board rooms because of a bottom line?!</i> - <i>MATTEL CEO No! I got into this business because of little girls and their dreams! In the least creepy way possible</i> (BS, URL)! 	<ul style="list-style-type: none"> - Яка різниця Барбі це чи Кен ? <u>Грошей до сто біса</u>. - Як тобі не соромно співробітнику два. Гадаєш я провів усе своє життя через жагу до грошей ? Ні, я в цьому бізнесі через маленьких дівчат і їхні мрії. Як би гидко це зараз не звучало (МВ, URL).
74.	<p><i>You can stay here if you want <u>as my</u></i></p>	<p>Лишайся якщо хочеш, <u>як моя</u></p>

	<u>bride-wife or my long-term-lowcommitment-distance girlfriend</u> (BS, URL).	<u>наречена чи моя дівчина у стосунках без зобовязань. Що скажеш ?</u> (MB, URL)?
75.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>What are you doing? You're a doctor!</i> - <i>Being a doctor was stressful and a lot of work. I'm happy being helpful decoration</i> (BS, URL). 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Що це ти робиш ? Ти ж лікарка</u> (MB, URL)! - <u>Я рада бути корисною декорацією</u> (MB, URL).
76.	<i>I like not having to make any decisions. It's like a spa day for my brain, forever</i> (BS, URL).	Класно що не потрібно нічого вирішувати, <u>це як відпустка для моїх мізків назавжди</u> (MB, URL).
77.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Nothing. We just explained the impeccable immaculate seamless garment of logic that is Patriarchy and she crumbled.</i> - <i>Oh my God. It's like in the 1500s with the indigenous people and small pox. They had no defenses against it</i> (BS, URL). 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Познайомив з неперевершеною, бездоганною, ідеально-логічною ідеєю патріархату і вони здалися.</u> - О господи. Це як в середні віки з корінним населенням і віспою. Вони були беззахисні проти неї (MB, URL).
78.	<i>Buckle up, babe, because <u>Barbie Land is now Ken Land</u> and it'll be just like Century City in Los Angeles. Because they have it figured out in Century City</i> (BS, URL).	Начувайся мала. Бо Барбіленд відтепер Кенленд і він буде як Сенчурас Сіті в Лос Анджелесі, бо вони там усе абсолютно правильно зрозуміли (MB, URL).

79.	<i>I walked down the street and people respected me just for <u>WHO I AM</u>. One lady even asked me for the time (BS, URL).</i>	Мене поважали там за те, <u>що я чоловік</u> . Одна леді, навіть спитала котра година (MB, URL).
80.	<i>This is <u>MY Mojo Dojo Casa House</u>. Not Barbie's Mojo Dojo Casa House. Right (BS, URL)?</i>	Це моя <u>мачо-хлопчача-кайфо-хата</u> , а не твоя мачо-хлопчача-кайфо-хата. Отак (MB, URL).
81.	<i>And take your <u>lady fashions</u> with you (BS, URL)!</i>	Барбі і забери свої <u>дівчачі шмотки</u> з собою (MB, URL)!
82.	<i>Why did you wish me to your messed up world using your <u>complicated human thoughts and feelings</u>?! Barbie Land was perfect before and I was perfect before (BS, URL)!</i>	Нащо ти покликала мене у свій зіпсований світ з своїми <u>складними людськими думками і почуттями</u> . Барбіленд був ідеальним до цього. І я була ідеальною до цього.
83.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>I didn't wish anything! I've never wanted anything to change.</i> - <i>Well, <u>honey</u>, that's life. It's all change.</i> - <i>Well that's just terrifying. I don't want that (BS, URL).</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Я нікого не кликала, я не хотіла ніяких змін. - О <u>люба</u>, це ж життя, воно не стоїть на місці. - Але це жахливо. Я не хочу так (MB, URL).
84.	<i>I'm just going sit here and wait and hope that <u>one of the more leadership oriented Barbies</u> snaps out of it and does something about this whole mess (BS, URL).</i>	Я буду сидіти тут, чекати і сподіватися, що <u>якась може Барбі з лідерськими якостями</u> з'явиться тут і розбереться з усім цим (MB, URL).
85.	<i>Ok, kids! It's time to run out and</i>	Отже дітки, презентуємо Вам нову

	<i>get the NEW <u>Depression Barbie</u> (BS, URL)!</i>	<u>Барбі в депресії</u> (МВ, URL).
86.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>I'm like you now. Ugly and unwanted.</i> - <i><u>Thanks, kid</u> (BS, URL).</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Я як ти зараз, огидна і небажана. - <u>Дяки</u> (МВ, URL).
87.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>I'm the one who ruined Barbie Land with my stupid drawings in the first place.</i> - <i>They're not stupid! They're amazing...</i> - <i>You like my drawings?</i> - <i>They're weird and dark and crazy. <u>Everything you pretend not to be.</u></i> - <i>I am... I am weird, dark and crazy (BS, URL).</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Це марні спроби, бо я зруйнувала Барбіленд своїми тупими малюнками. - Вони не тупі, вони талановиті. - Що? Ти справді так вважаєш ? - Вони сумні, химерні і дивні. <u>Бо ти в мене саме така.</u> - Так я справді, справді у тебе сумна, химерна і дивна (МВ, URL).
88.	<i>Welcome, welcome to my Weirdhouse - I'm Weird Barbie. I'm in the splits, <u>have a funky hair cut</u> and I smell like basement (BS, URL).</i>	Вітаю в Дивному будинку. Я Дивна Барбі. Я вічно в шпагаті, <u>у мене класна стрижка</u> і я пахну підвалом (МВ, URL).
89.	<i><u>OH MY GOD I HAD A WEIRD BARBIE</u> (BS, URL)!</i>	О Господи! У мене була дивна Барбі (МВ, URL)!
90.	<i>And-- more discontinued Barbies!! Growing Up <u>Skipper</u> (BS, URL)?!</i>	І Барбі зняті з продажу! Підростаюча <u>скіпер</u> (МВ, URL)?!
91.	<i>And <u>Barbie Video Girl</u> (BS, URL)!</i>	І <u>відео-Барбі</u> тут (МВ, URL)?
92.	<i>And that's Barbie Barbie, of course... she's not dead <u>she's just</u></i>	А це Барбі Барбі, звісно. Вона не померла <u>у неї екзистенційна</u>

	<u>having an existential crisis</u> (BS, URL).	<u>криза</u> (MB, URL).
93.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>I'm... not... pretty... any... more...</i> - <i>What? You're SO pretty.</i> - <u>Not "Stereotypical Barbie"</u> <i>pretty</i> (BS, URL)... 	<ul style="list-style-type: none"> - Я більше не красуня. - ЩО? Ти дуже гарна. - <u>Проте я не стереотипна Барбі більше</u> (MB, URL).
94.	<u>IT IS LITERALLY IMPOSSIBLE TO BE A WOMAN!</u> <i>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 and somehow we're always doing it wrong. You're supposed 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 you also 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're supposed 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're supposed to be a career woman but always be looking out for other</i>	<u>В наш час майже не можливо бути жінкою.</u> 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 подобатися 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 не чесно, та якщо протестуватимеш, скажуть

	<p><i>people. You have to answer for men's bad behavior, which is INSANE, but if you point that out then you're accused of complaining. You're supposed to be pretty for men but not SO pretty that you tempt them too much or threaten other women. You're supposed to be part of the sisterhood but also stand out 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 no one says thank you or gives you a medal, and in fact, it turns out, somehow, that not only are you doing it all wrong but that everything is also YOUR fault. I'm just so damn tired of watching myself and every single other women tie ourselves in knots so that people will like us. And if all that is also true for a doll just representing a woman then I don't even know (BS, URL)!</i></p>	<p>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 лишатися молодою, не бути грубою, не вихвалитися, не бути егоїсткою ніколи не здаватися, не помилятися, 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 не правильно, а й до того ж ти у всьому винна.</p> <p>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 (MB, URL).</p>
95.	<i>By giving voice to the cognitive</i>	Сказавши в голос про когнітивний

	<i>dissonance required to be a woman under the patriarchy, you've robbed it of its power (BS, URL).</i>	дисонанс у якому <u>жінка існує в патріархаті</u> , ти позбавила його влади (МВ, URL).
96.	<i>Hell yes, <u>White Savior Barbie</u> (BS, URL)!</i>	Це кайф <u>Рятівнице Барбі</u> (МВ, URL)!
97.	<i>You have to reject men's advances without damaging their egos, because if you say yes to them, you're a tramp, and if you say no to them, you're a prude (BS, URL).</i>	Ти маєш знайти спосіб відкидати залицяння не зачипивши їхнє его, бо якщо відмовиш їм, то <u>ти ханжа</u> , а якщо погодишся, то <u>доступна</u> (МВ, URL).
98.	<i>Okay, <u>what about ordinary Barbie?</u> She's not extraordinary (BS, URL).</i>	Гаразд, а <u>як щодо звичайної Барбі?</u> Вона не надзвичайна (МВ, URL).
99.	<i>Oh sweetheart you are just so cute when you're confused (BS, URL).</i>	О <u>золотце</u> , ти така гарненька коли <u>дурненька</u> (МВ, URL).
100.	<i>It's like <u>I'm a woman already</u> (BS, URL)...</i>	Вау, <u>я ніби жінкою стала</u> (МВ, URL).

SUMMARY

The purpose of the study was to examine the peculiarities of reproducing the image of a woman in contemporary English-language film discourse, in particular in the movie *Barbie*, and to analyze the ways in which this image is translated into Ukrainian. The research also included an analysis of the influence of cultural, social and linguistic peculiarities on the translation process and interpretation of the image of a woman.

The main objectives of the study included:

1. Analyzing the concept of image and the means of its formation in cinematic discourse.
2. To study the role of the image of a woman in contemporary English-language cinema on the example of the movie *Barbie*.
3. Study of methods of translating female images into Ukrainian, taking into account cultural and social contexts.
4. Identification of the main challenges related to the translation of gender-oriented topics such as feminism, self-determination and gender equality.

The material of the study was the movie *Barbie*, which became the basis for analyzing the cinematic image of a woman and its translation into Ukrainian. The choice of this film was determined by its popularity, the relevance of the gender themes it addresses, and the importance of cultural translation of these themes to the Ukrainian audience.

The first chapter provides a theoretical analysis of the concept of image, examining various approaches to its definition and interpretation in the humanities, including philosophy, linguistics, psychology, and cultural studies. It is noted that the image is a multidimensional aesthetic category that is formed not only through linguistic means, but also through the cultural context, visual elements, and social stereotypes.

The second section of the study was devoted to the analysis of the movie *Barbie*, where the central element is the image of a woman. The key stereotypical and

innovative features used in the construction of the female character were highlighted. It was found that contemporary film discourse offers a broader view of women's roles, abandoning narrow gender stereotypes and integrating new social concepts such as gender equality, freedom of self-determination and social justice.

The third chapter analyzed the translation of the female image into Ukrainian. The research was conducted on translation transformations such as semantic calquing, grammatical substitutions, and adaptation of expressions. Particular attention was paid to the translation of gender-neutral terms, neologisms and expressions that reflect modern social realities. The translation was aimed at preserving the cultural and linguistic adequacy of the original, which allowed us to convey the deep themes of the film in Ukrainian.

The results of the study confirmed the working hypothesis: the image of a woman in contemporary English-language film discourse, in particular in the movie *Barbie*, is based on a combination of stereotypical and innovative characteristics. This reflects social changes and challenges, in particular, gender equality, emancipation and feminism. Translating this image into Ukrainian requires taking into account cultural, social, and linguistic aspects, which complicates the process, but at the same time allows us to adapt the original content to Ukrainian realities.

The analysis also showed that the translation of the *Barbie* movie into Ukrainian required creative approaches to reproduce some complex socio-cultural concepts. Some expressions needed to be adapted to preserve the original idea, as a direct translation could distort the meaning. Some terms and expressions were translated through the use of semantic calquing or neologisms to preserve the authenticity of English-language concepts.

The analysis revealed that translators often faced a dilemma: whether to preserve the accuracy of the original text or to adapt it to the Ukrainian cultural reality. In cases where gender-neutral terms had different connotations in Ukrainian, translators resorted to grammatical substitutions or creative adaptations.

In addition, the paper emphasizes the importance of taking into account the context of the audience. Contemporary social concepts such as feminism and freedom of choice are interpreted differently in the Ukrainian context, so adequate translation requires a deep understanding of social trends and cultural sensitivities. The translators had to find a balance between preserving the author's idea and adapting the content for the Ukrainian audience, which makes this process complex and multidimensional.

The study achieved the main goal of examining the image of women in English-language film discourse on the basis of the movie *Barbie* and its translation into Ukrainian. The analysis showed that contemporary cinematic images of women have become more complex, taking into account new social and cultural realities. Translating these images into Ukrainian requires translators to have a deep understanding of cultural contexts and social trends.

The practical significance of the findings lies in the possibility of using this data in the translation of other media products where gender images are important components. These results can be useful for translators, film critics, and researchers working with gender issues in the media context.

Further research could include an analysis of the translation of other media genres, such as TV series, video games, and advertising campaigns, which would expand the understanding of gender in translation. In addition, the study can be continued in the direction of analyzing the impact of automated translation systems on the translation of gender images, in particular, the study of the accuracy of such systems in preserving gender-oriented concepts.

Overall, the study demonstrated that translating complex cultural and social topics, such as the image of a woman, requires a high level of professional training and understanding of both linguistic and cultural aspects.