

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ І ПЕРЕКЛАДУ НОВИХ
СЛІВ В СЕРІЇ АНІМАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ ПРО СМУРФІВ**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0359-2а-з
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови та
літератури (переклад включно),
перша – англійська
освітньо-професійної програми
Мова і література (англійська)
Тютюнник Анастасія Вікторівна

Керівник: к. ф. н., доц. Шама І. М.

Рецензент : к. ф. н., доц. Голуб Ю. І.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології

Кафедра англійської філології

Освітній рівень магістр

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно),

перша – англійська

Освітньо-професійна програма Мова і література (англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

«_____» _____ 2020 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

ТЮТЮННИК АНАСТАСІЇ ВІКТОРІВНИ

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) «Особливості функціонування і перекладу нових слів в серії анімаційних фільмів про смурфів»

Керівник кваліфікаційної роботи (проекту) Шама Ірина Миколаївна,
к. ф. н., доц.

затверджені наказом ЗНУ від «04.05.2020» року № 511-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту)

1 грудня 2020 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту)

наукові роботи у галузі дослідження неології, креолізованого тексту, анімаційного кіно і перекладу, а також монтажні листи серії анімаційних фільмів “The Smurfs” в оригіналі та російських і українських перекладах.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1) розглянути поняття про сучасну анімацію в рамках креолізованого тексту; 2) визначити поняття «неологізм»; 3) з'ясувати специфіку творення неологізмів в ракурсі практики перекладу; 4) описати основні функції неологізмів; 5) проаналізувати засоби утворення неологізмів в серії анімаційних фільмів про смурфів; 6) проаналізувати відтворення неологізмів в оригіналі та перекладах в серії анімаційних фільмів про смурфів.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	Шама І. М., к.ф.н., доц.	05.05.2020	05.05.2020
Розділ 1	Шама І. М., к.ф.н., доц.	18.08.2020	18.08.2020
Розділ 2	Шама І. М., к.ф.н., доц.	20.10.2020	20.10.2020
Висновки	Шама І. М., к.ф.н., доц.	15.11.2020	15.11.2020

6. Дата видачі завдання 05.05.2020

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	травень 2020 р.	виконано
2.	Добір фактичного матеріалу	червень 2020 р.	виконано
3.	Написання вступу	липень 2020 р.	виконано
4.	Написання теоретичного розділу	серпень 2020 р.	виконано
5.	Написання практичних розділів	жовтень 2020 р.	виконано
6.	Формулювання висновків	листопад 2020 р.	виконано
7.	Проходження нормоконтролю	листопад 2020 р.	виконано
8.	Одержання відгуку та рецензії	грудень 2020 р.	виконано
9.	Захист	грудень 2020 р.	виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант

_____ (підпис)

А. В. Тютюнник
(ініціали та прізвище)

Керівник роботи

_____ (підпис)

І. М. Шама
(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

_____ (підпис)

В. А. Бережний
(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 66 сторінок, 79 джерел, 2 додатки.

Об’єкт дослідження: мовні особливості в серії анімаційних фільмів про смурфів (режисери Р. Госнелл та К. Есбері).

Мета роботи: дослідження особливостей виникнення неологізмів, окреслення їх основних функцій та аналіз способів трансляції новотворів при перекладі на прикладі серії анімаційних фільмів про смурфів (режисери Р. Госнелл та К. Есбері).

Теоретико-методологічні засади: основні положення робіт присвячених неологізмам (Ю. А. Зацний, Ю. М. Несветаило, Є. А. Сорокіна та ін.), креолізованому тексту (О. Є. Анісімова, Ю. О. Сорокін, Є. Ф. Тарасов та ін.), анімаційному фільму (М. Джамбруно, А. Хассан, Ю. В. Щукіна та ін.), перекладу (В. Н. Комісаров, Д. Карнеді, Н. Н. Крюкова та ін.).

Отримані результати: неологізмами можна вважати нові за значеннями або за формою і значеннями слова, створені за останні декілька років або запозичені з іншої мови за потреб спілкування, які сприймаються та використовуються в комунікації носіями даного мовного суспільства. Анімація є креолізованим кінотекстом. Вона складається з вербального коду, візуального та аудіального. В роботі були проаналізовані групи неологізмів на прикладі анімаційного фільму “The Smurfs”. Були виявлені та проаналізовані шляхи утворення, використання та перекладу абсолютно авторських неологізмів, неологізмів створених автором на основі вже існуючих слів в англійській мові, а також трансформовані фразеологізми.

Ключові слова: *неологізм, креолізований текст, анімаційний фільм, мультиплікаційний фільм, оригінал, переклад, способи перекладу, адекватність*

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	4
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 НОВОТВОРИ В ТЕКСТІ АНІМАЦІЙНОГО КІНО: ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧИЙ РАКУРС	
1.1 Сучасна анімація як креолізований текст і перекладацький виклик.....	9
1.2 Визначення «неологізму» та критерії його виокремлення в вихідному анімаційному кінотексті.....	15
1.3 Різновиди та способи утворення нових слів в сучасній англійській мові в ракурсі практики перекладу.....	21
1.4 Функції новотворів в анімаційному кінотексті: перекладознавча специфіка.....	29
1.5 Методика перекладознавчого аналізу нових слів в анімаційному кінотексті.....	31
РОЗДІЛ 2 ЗАСОБИ ТВОРЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ НОВИХ СЛІВ В ОРИГІНАЛІ І ПЕРЕКЛАДІ СЕРІЇ АНІМАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ ПРО СМУРФІВ	
2.1 Особливості мови серії анімаційних фільмів про смурфів та пов'язані з цим проблеми перекладу.....	34
2.2 Різновиди, способи утворення та особливості перекладу нових слів в серії анімаційних фільмів про смурфів.....	39
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71
ДОДАТОК А.....	78
ДОДАТОК Б.....	80

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ВТ – вихідний текст.

ПТ1 – текст перекладів анімаційних фільмів про смурфів російською мовою (автор С. Козин).

ПТ2 – текст перекладів анімаційних фільмів про смурфів українською мовою (автор О. Негребецький).

СП1-1 – «Смурфики» (анімаційний фільм Р. Госнела 2011 року).
Перекладач: С. Козин (російський переклад).

СП1-2 – «Смурфіки» (анімаційний фільм Р. Госнела 2011 року).
Перекладач: О. Негребецький (український переклад).

СП2-1 – «Смурфики 2» (анімаційний фільм Р. Госнела 2013 року).
Перекладач: С. Козин (російський переклад).

СП2-2 – «Смурфіки 2» (анімаційний фільм Р. Госнела 2013 року).
Перекладач: О. Негребецький (український переклад).

СП1-3 – «Смурфики: Затерянная деревня» (анімаційний фільм К. Есбері 2017 року). Перекладач: С. Козин (російський переклад).

СП2-3 – «Смурфики: Загублене містечко» (анімаційний фільм К. Есбері 2017 року). Перекладач: О. Негребецький (український переклад).

S1 – “The Smurfs 1” (фільм режисера Р. Госнела 2011 року).

S2 – “The Smurfs 2” (фільм режисера Р. Госнела 2013 року).

S3 – “The Smurfs 3” (фільм режисера К. Есбері 2017 року).

ВСТУП

На сьогоднішній день виникає значний інтерес до такого жанру кінематографу, як анімаційний фільм, який є популярним як серед дитячої аудиторії, так і серед старшого покоління. Питання з приводу перекладу кінофільмів зараз знаходиться на піку популярності та зацікавлює дослідників і практиків. Потрібно зазначити, що українське кіно та дубляж розвиваються, а отже весь час виникає необхідність пояснення чи уточнення тих чи інших понять, особливо коли мова йде про такий незвичайний анімаційний фільм, як “The Smurfs”, який насичений новими словами.

Проблема дослідження неологічних утворень привертала увагу багатьох лінгвістів ще здавна. Так, розробкою визначення терміну «неологізм» займалися: О. А. Галич [Галич 2005], О. П. Єрмакова [Єрмакова 1984], В. І. Заботкіна [Заботкіна 1989], З. Й. Куньч [Куньч 2005], М. М. Шанський [Шанський 1968], та інші. І. В. Арнольд [Арнольд 2012], Н. К. Іванова [Іванова 2009], Є. С. Кубрякова [Кубрякова 1965] та багато інших приділяли увагу засобам творення нових слів

В межах нашої роботи ми досліджували специфіку креолізовано тексту в рамках кінофільму. Вагомий внесок до аналізу явища «креолізований текст» внесли: Ю. О. Сорокін та Є. Ф. Тарасов [Сорокін, Тарасов 1990]. Поняття «кінотекст» досліджували: А. О. Бодрова [Бодрова 2009], М. А. Єфремова та Г. Г. Слишкін [Єфремова, Слишкін 2004], а також Ю. В. Сургай [Сургай 2008].

Однак, попри значний інтерес до проблематики неологізмів та велику кількість присвячених їм наукових праць, у лінгвістиці досі є дискусійні положення. Зокрема, не остаточно вирішеним є питання про визначення поняття «неологізм» у мові.

Що ж стосується перекладу анімаційних фільмів, які є яскравою частиною сучасного кінематографу, зауважимо, що перекладом кінофільмів у

наш час займається багато дослідників, серед яких найпомітніші – В. Є. Горшкова [Горшкова 2006], М. Кронін [Cronin 2009], П. Орейро [Orego 2004] та інші. І хоча теорія перекладу є досить розробленою наукою, в якій проблеми адекватності висвітлюються в роботах В. Н. Комісарова [Комиссаров 1990], В. О. Нурієва [Нуриев 2003], Д. Твейта [Tveit 2005], та інших, тим не менш анімаційні фільми, які насичені неологізмами, все ще викликають дискусії стосовно можливості досягнення високого ступеня адекватності при перекладі.

Актуальність теми обумовлена безперервним поповненням англійської лексики, а також все більшим поширенням інтересу до перекладу текстів анімаційних фільмів. Ми будемо намагатися заповнити лакуни, уточнити поняття «неологізм», «креолізований текст» та «анімаційний фільм».

Наукова новизна полягає у спробі власного дослідження способів утворення неологізмів, їх функцій та перекладу на прикладі серії анімаційних фільмів про смурфів (режисери Р. Госнелл та К. Есбері).

Об'єктом дослідження є мовні особливості анімаційних фільмів у ракурсі перекладознавства.

Предметом дослідження є способи творення нової лексики та особливості її перекладу в серії анімаційних фільмів про смурфів (режисери Р. Госнелл та К. Есбері).

Метою роботи є дослідження особливостей виникнення неологізмів, окреслення їх основних функцій та аналіз способів трансляції новотворів при перекладі на прикладі серії анімаційних фільмів про смурфів (режисери Р. Госнелл та К. Есбері).

Для дослідження поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- 1) довести, що сучасний анімаційний фільм є креолізованим текстом, і відтак всі його складові вимагають уваги перекладача;
- 2) дати визначення поняттю «неологізм» та сформулювати критерії його виокремлення в вихідному анімаційному кінотексті;

- 3) з'ясувати специфіку творення неологізмів у сучасній англійській мові в ракурсі практики перекладу;
- 4) описати основні функції неологізмів в художніх текстах;
- 5) дослідити засоби утворення та особливості використання неологізмів в серії анімаційних фільмів про смурфів;
- 6) проаналізувати засоби відтворення неологізмів в українських та російських перекладах серії анімаційних фільмів про смурфів.

Матеріалом дослідження слугували 138 новотворів, відібраних методом суцільної вибірки з оригіналів серії анімаційних фільмів про смурфів (режисери Р. Госнелл та К. Есбері) та їх відповідники з українського перекладу (О. Негребецький) і російського перекладу (С. Козин).

Методи дослідження. Дослідження здійснювалось на основі використання таких методів та прийомів: лінгвістичного спостереження та аналізу; методу порівняння, описового і компонентного аналізу та реферативний метод.

Теоретичне значення цієї дипломної роботи визначається тим, що її основні положення можуть бути використані у дослідницьких роботах, присвячених подальшому вивченню появи нових слів, їх особливостей та існуванню в текстах різних жанрів, а також шляхам подолання труднощів при перекладі цих слів іншою мовою.

Практична цінність цієї роботи полягає в тому, що її матеріали і результати можуть бути використані у викладанні курсів загального мовознавства, лексикології, стилістики, теорії та практики перекладу, у практичних заняттях з сучасної англійської мови, при написанні курсових та дипломних робіт,

Робота пройшла **апробацію** на студентській конференції «Різдвяні студентські наукові читання» (2019 та 2020 рр.). Результати дослідження представлено в публікації:

Тютюнник А. В. Особливості відтворення трансформованих фразеологізмів при перекладі анімаційного фільму “The Smurfs”. *Різдвяні*

студентські наукові читання XI: Vita la lingua: Матеріали міжвишівської студентської науково-практичної конференції. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2020. С. 175-176.

Також результати дослідження представлено в доповіді:

Тютюнник А. В. Функції новотворів в анімаційному кінотексті: перекладознавча специфіка. *Різдвяні студентські наукові читання XII: Vita la lingua, 2020. Доповідь на конференції.*

Структура роботи: дослідження складається з переліку умовних позначень, вступу, двох розділів, висновків, додатку та списку використаної літератури.

У вступі подано загальні відомості про дану наукову працю, починаючи від умотивування теми, мети, завдань, актуальності дослідження, визначення об'єкту, предмету та структурування роботи.

У першому розділі розглядаються поняття «креолізованого тексту» та «анімаційного фільму», особлива увага приділяється визначенню поняття «неологізм», розглядаються функції новотворів в анімаційному тексті та створюється методика перекладознавчого аналізу нових слів в анімаційному кінотексті.

У другому розділі розглядаються різновиди, способи утворення та особливості перекладу нових слів.

У висновках подано узагальнені результати проведеної роботи. Додатки містять добірку із 138 виразів з неологізмами, які стали фактичним матеріалом дослідження.

Загальна кількість сторінок 66, кількість використаних джерел 79.

РОЗДІЛ 1

НОВОТВОРИ В ТЕКСТІ АНІМАЦІЙНОГО КІНО: ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧИЙ РАКУРС

1.1 Сучасна анімація як креолізований текст і перекладацький виклик

Уже більш ніж півстоліття, як анімаційні фільми органічно ввійшли в наше життя. На думку М. В. Сітцевої, «вони сприймаються як продукт винятково для дітей, функціями якого є повчати глядацьку аудиторію та розважати її» [Сітцева 2012, с. 158]. Але важливо зазначити, що при перекладі анімаційних фільмів можуть виникати проблеми, а дитяча аудиторія не завжди може зрозуміти та сприйняти перекладений текст. Комплекс складностей, з якими стикається перекладач анімаційних фільмів не аби якою мірою пов'язаний з розумінням того, що таке анімація за своєю суттю.

Слід зауважити, що у культурі перекладу (для нас – українська) існує два терміни на позначення досліджуваного феномену: «анімація» та «мультиплікація». Вони дуже часто сприймаються як синоніми, але для перекладача у процесі роботи з вербальною частиною фільму важливо бачити відмінності в цих термінах, тому що від цього буде залежати, яким чином він буде розробляти свою стратегію перекладу.

Саме тому завданням цього підрозділу, в першу чергу, є розмежування термінів «анімація» та «мультиплікація» і пояснення креолізованого характеру цих явищ, оскільки вони, без всяких сумнівів, є комплексними і такими, що складаються з багатьох різнокодових елементів. Водночас буде розглянуто поняття «кінотексту» в ракурсі його зв'язку з анімацією та впливу цього зв'язку на добір перекладацьких підходів.

Марк Джамбруно, американський художник, арт-директор і письменник, стверджує, що «анімація», з точки зору технічної думки – це «будь-яке

змінення об'єкту, освітлення, матеріалу або камери по закінченню певного проміжку часу, але анімація, за своєю суттю, необхідна для «оживлення» об'єктів та персонажів, тобто холодному й бездушному об'єкту присвоюються характерні знаки та індивідуальні риси» [Джамбруно 2002, с. 370]. Для перекладача це означає, що при роботі з анімаційним кінорядом необхідно враховувати динамічність подій, жвавість героїв та смислове й емоційне навантаження кінетичних елементів на екрані.

«Анімації» протистоїть «мультиплікації». Ці два терміни часто вживаються один замість одного, що пов'язано з тим, що термін «мультиплікація» означає вид кінознімання, об'єктом якого є (як і у анімації) серія об'ємних фігур або малюнків, що зображують послідовні фази руху нерухомих об'єктів [Попов 2011, с. 12]. Перекладач з цього визначення може дійти висновку, що увага акцентується на створенні рухливості. Інші засоби, такі як: світло, матеріал, камера, тощо, залишаються поза увагою. Як бачимо, сприйняття вказаних термінів як синонімів є не завжди доречним. Причиною ж розбіжностей у розумінні згаданих термінів, на думку Є. О. Попова, є те, що дані поняття позначають різні види діяльності. Крім того, очевидно, що термін «мультиплікація» є більш «технічно-орієнтованим та складає частину терміну анімація» [Попов 2011, с. 12].

У межах даної роботи вважаємо за потрібне розмежовувати поняття «мультиплікація» та «анімація», адже спосіб їх творення виявляється важливим з точки зору перекладацького аналізу.

Створення мультиплікації – набагато більш тривалий і трудомісткий процес. Технологічно цей процес можна описати таким чином: на кожному наступному кадрі (малюнку) персонаж і навколишні його об'єкти (якщо їм теж необхідно передати рух) представлені в трохи іншій фазі руху. Окремі кадри (малюнки) фотографуються, а потім проєктуються на екран. Отже, під «мультиплікацією» ми будемо розуміти комплекс технічних прийомів, які створюють ефект рухомих об'єктів з статичних зображень – кадрів або малюнків.

Анімаційний фільм, на відміну від мультиплікаційного, створюється в комп'ютерних програмах на основі 2D та 3D технологій, завдяки чому деталізація персонажа дуже висока. У більшості анімаційних фільмів використовують метод кадрування, за допомогою якого промальовуються лише ключові кадри [Анімація vs Мультиплікація]. Тобто процес створення анімаційного фільму коротший та менш трудомісткий порівняно з процесом створення мультиплікаційного фільму.

Ще однією відмінністю анімаційного фільму від мультиплікаційного є те, що акцентуються різні сторони процесу. Анімація акцентує увагу на результаті всього процесу, а мультиплікація на тому, як це робиться. В роботі вважаємо за доцільне використовувати термін «анімація», оскільки нас буде цікавити весь комплекс складових анімаційного фільму, тому що саме в комплексі перекладач повинен бачити та розуміти цей фільм, інакше неможливо підібрати адекватні перекладацькі відповідники.

Отже, під «анімацією» розумітимуться фільми, які створюються за допомогою технічних прийомів ілюзії зображень і в яких послідовні нерухомі зображення (кадри) рухаються змінюючи один одного з деякою частотою із подальшим їх поєднанням у єдиний відеоряд.

Варто підкреслити, що цільова аудиторія анімаційного фільму – це переважно діти, оскільки за своєю формою анімація є дитячим продуктом [Hassan 2013, с. 6].

Сюжет анімаційного фільму зазвичай є пізнавальним, дидактичним, доступним для дитячого розуміння і усвідомлення. На думку Ю. В. Щукіної, в анімації дитині пропонується модель навколишнього світу та способи поведінки у цьому світі. Діти бачать спосіб життя анімаційних персонажів і це сприяє формуванню в дитини моралі та системи цінностей [Щукина 2012, с. 104].

Але діти – не єдина вікова цільова група анімаційних фільмів. На думку А. Д. Хусид, цільова аудиторія може бути розширена за рахунок підлітків, а

самі анімаційні фільми виконують низку важливих функцій: освітню, пізнавальну, виховну, розвивальну та навчальну [Хусид 2005, с. 21].

Погоджуючись зі сказаним, додамо, що серед глядацької аудиторії можна також знайти і дорослих, адже анімаційні фільми нагадують їм про дитинство.

Підсумовуючи сказане, слід зазначити, що «анімація» та «мультиплікація» мають розбіжності у методиці створення картинки, у деталізації жестів, якості зображення та акцентують увагу на різних сторонах процесу. А для перекладача важлива детальність, адже чим детальнішим є зображення та знаки, які вказують на дійсність, тим точніше він зможе знайти відповідність при перекладі.

Не менш важливим для перекладача є також урахування комплексного системного характеру анімації. Слід зауважити, що багато дослідників розглядають сучасну анімацію як креолізований текст. Такий погляд становить не аби який інтерес і надає перекладачеві змогу урахувати якомога більше складників, що забезпечують адекватність майбутнього цільового тексту.

Термін «креолізований текст» вперше використали в своїх дослідженнях Ю. А. Сорокін та Е. Ф. Тарасов, які розуміють під цим поняттям «тексти, фактура яких складається з двох неоднорідних за своїм складом частин: вербальної (мовної або мовленнєвої) та невербальної (яка належить до інших знакових систем)» [Сорокин, Тарасов 1990, с. 180]. Цей термін отримав широке використання та став взірцевим для багатьох дослідників у цій області. Однією із таких вчених є О. Є. Анісімова, для якої креолізований текст представляє собою «особливий лінгвовізуальний феномен, текст, в якому вербальний і образотворчий компоненти утворюють одне візуальне, структурне і функціональне ціле, що забезпечує його комплексний прагматичний вплив на адресата» [Анисимова 2003, с. 71].

У цьому дослідженні креолізований текст буде розумітися, як особливий вид тексту, який складається з неоднорідних компонентів: вербального (мовного) та невербального (немовного). Ці компоненти при взаємодії один з

одним утворюють одне функціональне та смислове ціле. Їх завданням є вплинути на адресата.

Слід наголосити на тому, що вербальні та невербальні системи креолізованого тексту задіяні не тільки в обміні інформацією, але й забезпечують цілісність і зв'язність тексту, його комунікативний ефект [Chaume 2004, с. 854].

Надалі ми спробуємо довести, що анімація є креолізованим текстом, але перш ніж це зробити, нам потрібно уточнити ще один термін, на який ми будемо опиратися. Це – кінотекст. Важливо зазначити, що існує багато видів текстів, які вважають креолізованими: брошури, комікси, постери, буклети, але кіно вважається найяскравішим зразком. Для нас цей момент є важливим, оскільки анімація – це фактично кінопродукт, а отже при її дослідженні можна оперувати термінами, які використовуються при описі подібного роду складних єдностей. Тому, ми будемо використовувати термін «кінотекст», у подальшій роботі.

Ю. М. Лотман вказує, що кіно за своєю суттю – це синтез двох оповідних тенденцій: образотворчої («рухомих живопис») і словесної [Лотман 1998, с. 38]. У своїй ж роботі С. Козлофф підкреслює важливість невербальних компонентів кіно та наполягає на їх детальному вивченні. Вона вважає, що найбільш тісно з вербальним компонентом пов'язана акторська гра, особливості зйомок, монтаж та звукові ефекти, які і зосереджують увагу глядачів на кіно [Kozloff 2000, с. 90].

Тому під кінотекстом розуміють зв'язне, цілісне і завершене повідомлення, яке виражене за допомогою вербальних (лінгвальних) та невербальних (іконічних та/чи індексних) знаків [Винникова 2010, с. 6; Кропінова 2009, с. 408; Сургай 2008, с. 1]. Важливо також зазначити, що кінотекст є компонентом кіно-дискурсу [Самкова 2001, с.135].

Як наголошує А. О. Бодрова, специфіка кінотексту полягає у взаємодії кодів (мови, звуку, жестів, декорацій, деталей кадру), які впливають на характер сприйняття кінотвору аудиторією. Глядач, як учасник

художньої комунікації, отримує інформацію не лише від вербального повідомлення, але й унаслідок взаємодії різнорідних одиниць різних семіотичних систем. Значення мають деталі кадру: освітлення, ракурс, план, музичне супроводження. Кінотекст характеризується зв'язністю, перспекцією та ретроспекцією, антропоцентричністю, локальною та темпоральною віднесеністю, інформативністю, системністю, цілісністю і модальністю [Бодрова 2009, с. 12].

Варто навести думку Ю. В. Сургай про те, що під час сприйняття кінотексту в межах іноземної культури ускладнюється процес актуалізації його інтердискурсивних зв'язків, що впливає на інтерпретацію цього кінотексту і якісно (деякі елементи отримують іншу інтерпретацію, зумовлену типологічними відмінностями культур), і кількісно (деякі елементи не мають еквівалентів в іншій культурі, ігноруються іншомовною аудиторією або свідомо [Сургай 2008, с. 15].

М. А. Єфремова та Г. Г. Слышкін пропонують наступне визначення складу кінотексту: лінгвістичні та нелінгвістичні семіотичні системи, які оперують знаками різного роду. Лінгвістична система в кінотексті представлена двома складовими: письмовою та усною. Нелінгвістична система кінотексту включає звукову частину та відеоряд. Всі зазначені елементи особливим чином організовані і знаходяться в нерозривній єдності [Слышкін, Єфремова 2004, с. 17–18].

Таким чином, в рамках цього дослідження, ми будемо опиратися на таке визначення «кінотексту» – це зв'язне, цілісне і завершене повідомлення, яке виражене за допомогою вербальних та невербальних знаків і характеризується зв'язністю, інформативністю, системністю і цілісністю.

Він складається з текстового ряду, відеоряду, музичних компонентів. У нашій роботі центральне місце буде займати вербалізована частина кінотексту.

Анімація є креолізованим кінотекстом. Вона складається з вербального коду, візуального та аудіального. До вербального коду належить мова персонажів, закадрова мова. До аудіального відносяться пісні, музика,

природні та технічні шуми, а візуальний код, в свою чергу, складається з образів персонажів, спец ефектів, рухів персонажів, частин інтер'єру, пейзажу.

Тобто ми бачимо, що анімація – це велика система, в якій всі ці елементи не існують один без одного. Їх не можна відділити. При роботі з текстом анімаційного фільму перекладачу потрібно враховувати їх всі. Але з всього цього комплексу нас буде цікавити вербальна складова анімації, тобто кінотекст. Кінотекст, в широкому розумінні, можна розглядати як креолізований текст, тому що в ньому є вербальні та невербальні компоненти і він містить у собі завершене і цілісне повідомлення. При роботі з текстом анімаційного фільму перекладач повинен враховувати всі вищезазначені компоненти анімації, адже вони допомагають розкрити характери персонажів, їхні настрої та смаки, а від того наскільки добре він це помітить та зрозуміє, залежить вдалість та доречність перекладу.

1.2 Визначення «неологізму» та критерії його виокремлення в вихідному анімаційному кінотексті

Лексична система англійської мови, як і будь-якої іншої, формується протягом багатьох віків. Вона безперервно рухається, оновлюється, постійно вдосконалюється та збагачується. Вона є динамічним процесом, який виступає основним засобом комунікації між людьми та обумовлює можливість взаєморозуміння між носіями мови.

Кожного року в англійській мові з'являється близько 800 нових слів, найбільше ніж у будь-якій мові світу. Мовознавці фіксують ці слова, досліджують їхні якості, специфіку функціонування та творення. Нова лексична одиниця здатна проходити так звані стадії соціалізації. Перша стадія – це прийняття її в суспільстві, друга – закріплення в мові, тобто лексикалізація. Наступний етап – це її фіксування в друкованих виданнях.

Згодом, відбувається остання стадія соціалізації – прийняття нової лексичної одиниці широкими масами носіїв мови [Козаченко 2016, с.166].

В межах цього дослідження нам потрібно розглянути та уточнити термін «неологізм» і спробувати виділити критерії виокремлення неологізмів в вихідному анімаційному кінотексті. Це, по-перше, допоможе перекладачу відокремити цю одиницю від інших лексичних одиниць, в процесі роботи з кінотекстом, а по-друге, зрозуміти на початковому етапі особливості їх функціонування.

Важливо зазначити, що питанням неологізмів займалися і займаються багато лінгвістів, серед яких А. А. Харковська, Ю. А. Зацний, Є. А. Сорокіна, Ю. А. Жлуктенко та багато інших [Зацний 2014 ; Харьковская 1991; Сорокіна 1984 ; Жлуктенко 1983]. Але досі існують різні підходи до розуміння того, що є неологізм та за якими критеріями ту чи іншу словникову одиницю можна віднести до неологізмів. Існує узагальнений підхід до визначення поняття «неологізм», який характерний для словників. Він розрахований на широкий круг читачів, а є підхід до визначення «неологізмів» з боку професійних філологів. У рамках філологічного підходу можна виділити також комунікативний підхід.

Прихильники узагальненого підходу зауважують, що зміст терміну «неологізм» випливає з самого слова “neos” (грец. «новий») та “logos” (грец. «слово»). Отож, це «новостворені слова, значення слів, словосполучення, що з'явилися в мові й ще не перейшли до розряду загальноновживаних» [Галич, Назарець, Васильєв 2005, с. 178]. Цю ж ідею ми знаходимо в енциклопедії Вікіпедія, де «неологізм – новостворений термін, авторське слово або фраза, що перебуває в процесі входження в загальне використання і ще не включена до державної та загальноновживаної мови» [Неологізм]. У словнику Д. Ауто зазначається та ж сама думка, але автор наголошує на тому, що «неологізми – це слова, які щойно з'являються та ще не використовуються людьми активно» [Ауто 2007, с.115]. Для перекладача ці визначення суттєві, бо ж вказують на

новизну та не загальноновживаність слів, що безумовно потрібно враховувати при відтворенні цих одиниць в мові перекладу.

Слід відмітити, що З. Й. Куньч згодна з попередніми твердженнями, але для неї цікаве те, що неологізми можуть бути «мовним зворотом чи словом, що з'явилися в мові нещодавно, для позначення нового або вже усталеного поняття, предмета, тощо» [Куньч 2005, с. 496]. У цьому визначенні перекладач повинен звернути увагу на те, що одиниця нового референту може бути сама новою, а може вже існувати, але набути нового значення. Якщо в мові перекладу вже існує закономірний відповідник, то тоді перекладачеві буде легше здійснювати традуктивну діяльність, так як він зможе надати вже існуючому слову нове значення і спробувати повторити той же процес, який стався в мові оригіналу.

Розглянувши узагальнений підхід до визначення терміну «неологізм» можемо виділити декілька критеріїв виокремлення неологізму, необхідних в процесі перекладу. По-перше, нова лексична одиниця оригіналу може бути словом чи словосполученням. По-друге, вона тільки входить в мову і ще не є загальноновживаною серед людей. По-третє, перекладачу слід звернути увагу на те, що слово може вже існувати, тому потрібно зберегти нові відтінки значення у процесі перекладу.

Щодо підходу до визначення неологізмів збоку професійних філологів, найбільш типовим є наступне : «неологізм – це нове слово або стійке поєднання слів, нове або за формою, або за змістом (і за формою, і за змістом), що з'являється в мові» [Заботкина 1989, с. 7]. Таке визначення широко охоплює явище та є лаконічним, зрозумілим і вказує на основні ознаки, які необхідно враховувати при перекладі.

За дефініцією А. Рея, неологізм – це одиниця словникового складу, слово, елемент слова, що будуть сприйматися як слова, які ввійшли в мову або в певну професійну сферу [Ray 1995].

Науковці, які є прихильниками лінгвістичного підходу до визначення поняття «неологізм», наголошують на тому, що основне призначення неологізму – це позначити нові реалії, явища, поняття або предмети.

Такої думки притримується у своїх лінгвістичних дослідженнях, наприклад, О. П. Єрмакова, яка наголошує на тому, що це «лексичні одиниці, які ще не загальноновживані, але можуть ними стати, які з'явилися в мові в певний період і не існували раніше, які відчуються як нові в мовній свідомості носіїв мов» [Єрмакова 1984, с. 56]. М. М. Шанський тлумачить неологізм, як «слова, які з'явилися в мові в якості певних значимих одиниць, ще не ввійшли або ніколи не входили і не ввійдуть в активний словниковий запас мови [Шанський 1968, с. 240]. Судячи з цих тверджень, перекладач має звернути увагу на критерій суспільної необхідності появи нових слів, а також звернути увагу на те, що неологізми згодом можуть стати загальноновживаними словами.

Слід зауважити, що існує також комунікативний підхід до визначення терміну «неологізм». Прихильники цього підходу наполягають на тому, що дуже важливими у розвитку словникового складу мови є зовнішні фактори. Але поповнення словника мови залежить як від чинників зовнішнього, так і від чинників внутрішнього порядку. Саме функціонування мови як засобу комунікації здатне «породити імпульси таких змін, які самі по собі не залежать від історії народу» [Серебренников 1968, с. 40].

Підтримуючи цю ідею, зазначимо, що збагачення словника будь-якої мови дійсно неможливо без позамовних та внутрішньомовних факторів, які, до того ж, повинні перебувати лише у взаємодії один з одним. Тому, визначаючи термін «неологізм», перекладачу потрібно враховувати внутрішньомовні процеси (метонімізація та метафоризація значення, звуження та розширення значення). Інакше кажучи, неологізмами слід вважати не тільки слова, які позначають нові реалії, але й слова, які вживаються з новими значеннями з різними комунікативними цілями.

Деякі лінгвісти базують свої міркування щодо неологізмів на часовому критерії. Вони обмежують час виникнення і довготривалість існування слова, вважаючи, що неологізмам важливо мати ознаку недавнього виникнення і розглядають неологізми як «нові слова, які виникають за пам'яті певного покоління» [Гак 1983, с. 15–29]; «як нову словникову одиницю, яка інтенсивно використовується в різних типах текстів протягом досить довготривалого періоду, а також одиницю, яка функціонує в мові віднедавна, чия поява фіксується носіями мови на основі попереднього мовного й культурного досвіду» [Чекалина, Ушакова 1998, с. 77].

На думку Р. Нордквіста: «Не всі неологізми є абсолютно новими. Деякі з них – це нові вживання старих слів, а інші – нові комбінації існуючих слів. Вік неологізму не може складати більше 20 років» [Nordquist].

Підсумовуючи сказане, ми сформулюємо визначення «неологізму», на яке може опиратися перекладач і яке буде покладено в основу подальшого дослідження. Отже, неологізмами можна вважати нові за значеннями або за формою і значеннями слова, створені за останні декілька років або запозичені з іншої мови за потреб спілкування, які сприймаються та використовуються в комунікації носіями даного мовного суспільства.

У вихідному тексті неологізм можна виокремити, спираючись на такі ознаки: по-перше, це нове лексичне утворення, яке виникає через суспільну необхідність позначати нові предмети або явища. По-друге, це слова, які виникають за пам'яті певного покоління. По-третє, це одиниця, яка функціонує в мові віднедавна.

В роботі мова йде про анімаційний фільм і можна стверджувати, що в ньому нові слова з'являються за тими ж законами та з тих же причин. З розвитком кіноіндустрії з'являються нові жанри кіно і цілий ряд жанрів виходить за рамки людського побуту та людського світу. З'являється дуже багато анімаційних фільмів про вигадані світи, багато з яких засновані на фантастичних книгах. В анімаційному кіно вигаданий світ подвоюється. Він заснований на світі, який спочатку придумав автор, а згодом інтерпретував

режисер. Саме тому для позначення предметів та істот таких світів потрібні нові слова. Частина цих слів залишається запозиченою з людського світу, при цьому багато з них набувають нового осмислення, а частина – це абсолютно нові слова, тому що світ є новим. Тобто з'являються нові референти і для них потрібні нові слова.

У своїй статті Т. Хіллебрант розповідає про те, на що опираються автори при створенні фантастичного світу. Перш за все, вони читають про світи інших авторів, які надихають їх на створення свого світу. Наступним кроком вони дивляться та аналізують фільми, звертаючи увагу на деталі, що надають життя та глибину історії. Автор статті наголошує на тому, що потрібно змішувати та співставляти різні світи, додати власні думки, вибрати технологію створення цілком нового світу [Hillebrant 2019].

Популярний американський письменник Ч. Вендиг у своїй роботі, присвяченій написанню книг, зазначив, що створення фантастичних світів підтримує історію, а не просто сюжет. Це означає, що світобудова підтримує настрій, тему, конфлікт, характер, культуру, постановку. Подробиці світу, який створили автори, можуть і повинні стосуватися всієї розповіді, а не лише дії та події [Wendig 2013].

О. Н. Шувалова, яка у своїй роботі досліджує питання про зв'язок лінгвістики з вигаданими світами фантастичної літератури, зазначає те, що альтернативний світ фантастичного твору може відрізнитися від звичного нам. Іноді цей світ такий далекий від реальності, пронизаний такою незвичайною логікою, що читачеві необхідно дуже постаратися, щоб вловити ідею автора, спробувати зрозуміти його систему категорій. В той же час фантастична картина світу повинна бути переконлива і підвладна сприйняттю читача, в зв'язку з чим виникає проблема «фантастичної правдоподібності». Чи не останню роль у вирішенні цієї проблеми відіграє номінативний аспект твору [Шувалова 2014, с. 217]

Отож, анімаційним фільмам, в яких присутні вигадані світи, притаманна велика кількість неологізмів. І в процесі традиктивної діяльності для

перекладача важливо спиратися на визначення поняття «неологізм» та знати критерії його виокремлення у вихідному анімаційному кінотексті. Важливо створити варіанти перекладу, які є зрозумілими глядачеві, зберегти новизну слів та задум оригіналу. Адже це допоможе розкрити образи персонажів у заданому режисером стилістичному напрямку та передати засобами мови перекладу цілісний твір.

1.3 Різновиди та способи утворення нових слів в сучасній англійській мові в ракурсі практики перекладу

Успіх роботи перекладача залежить від того наскільки правильно він зможе виокремити неологізм, про що мова йшла раніше, і від того, наскільки правильно він зрозуміє суть жанру, який перекладає. Але в чималому ступені підбір відповідностей залежить також від того, наскільки перекладач зрозуміє саме слово, його структуру, можливості, які йому надає вихідна мова для підбору перекладацької відповідностей. І в зв'язку з цим, завданням даного підрозділу буде описати різновиди нових слів, і те, якими способами ці нові слова утворюються, а також з'ясувати потенційні шляхи відтворення цих слів в мові перекладу.

В першу чергу зазначимо, що говорячи про найбільш вживані способи перекладу неологізмів, ми будемо притримуватися класифікації, яку запропонував В. Н. Комісаров. Він виділяє наступні прийоми перекладу неологізмів:

1) транскрипція – спосіб перекладу лексичної одиниці оригіналу шляхом відтворення її звукової форми за допомогою букв мови перекладу;

2) транслітерація – спосіб перекладу лексичної одиниці оригіналу шляхом відтворення її графічної форми за допомогою букв мови перекладу;

3) калькування – спосіб перекладу лексичної одиниці оригіналу шляхом заміни її складових частин – морфем або слів (у випадку стійких словосполучень) їх лексичними відповідниками у мові перекладу;

4) експлікація або описовий переклад – лексико-граматична трансформація, при якій лексична одиниця вихідної мови замінюється словосполученням, експлікується її значенням, тобто дає більш-менш повне пояснення або визначення цього значення у мові перекладу [Комиссаров 1990, с. 247, 250–251].

Що ж до неологізмів оригіналу, варто наголосити на тому, що в основі класифікації неологізмів лежать різні критерії їх оцінки та різні підходи з приводу їх перекладу. Отож, розглянемо класифікацію неологізмів та способи їх перекладу в залежності від типу нового слова. Так, виділяють: лексичні, семантичні, okazіональні та авторські нові слова.

Як зазначає Д. Карнеді, дуже часто експлікація або описовий переклад є єдиним можливим варіантом перекладу неологізму [Karnedi].

Але на думку С. М. Куракіної, лексичні неологізми утворюються так званим, «формальним» способом, від уже існуючих слів. «Тобто серед основних способів словотворення ми можемо виділити: афіксацію, зрощення, телескопію, запозичення та скорочення» [Куракіна 2015, с. 99]. Ми вважаємо, що перші три способи, а саме: транскрипція, транслітерація та калька підійдуть для перекладу лексичних неологізмів, особливо для передачі неологізмів, утворених шляхом афіксації, тому що вони утворені від вже існуючих слів. Той чи інший афікс лише надає їм деякий відтінок.

Дедалі рідше в тексті анімаційного фільму можна зустріти семантичні неологізми, які раніше були відомими словами, але в світлі останніх мовних змін придбали нові значення [Классификация неологизмов]. «Семантичний неологізм – це продукт контексту. Якщо те чи інше слово набуває нового змісту і використовується для позначення нововведення з тієї чи іншої сфери життєдіяльності, то цей процес визначається як термінологізація» [Куракіна 2015, с.107]. Вона вважає, що семантичні неологізми є пасивними. «За основу

береться вже існуюче слово, яке наділяється новим змістом. Відбувається так званий процес «ресемантизації», що призводить до зміни позначуваного. На зрушення у значенні слова впливає екстралінгвальний фактор» [Куракіна 2015, с. 108].

При перекладі неологізмів такого типу перекладач має розбиратися, наскільки вже існуючі референти схожі на ті, які з'явилися. Якщо слово вже існувало, тоді його, ймовірно, вже перекладали. Потрібно знайти ці відповідники і спробувати надати їм нового значення. Якщо це зробити неможливо, то потрібно вдаватися до інших способів перекладу, спираючись на контекст.

Не менш цікавим явищем є авторські неологізми, які створюються письменниками, поетами для додання образності та виконують не тільки номінативну, але й оціночну та емоційну функції [Perebendyuk 2019]. Неологізми цього типу «прикріплені» до контексту. Вони покликані зберігати незвичайність, свіжість [Крюкова 2014]. Авторські неологізми з'являються в мові трьома шляхами: шляхом афіксальної деривації, шляхом семантичної деривації та шляхом афіксального утворення дериватів від слів, запозичених з інших мов [Юнусова 2010, с.133–134].

Їх створення та використання в тексті анімаційного фільму свідчить про індивідуальну образність, мовну інтуїцію та талант словотворчості автора. Такі неологізми відрізняються своєю новизною через те, що позначають вигадані явища дійсності, предмети, а в анімаційному фільмі це досить розповсюджене явище. При роботі з авторськими неологізмами перекладач повинен враховувати ідеостиль, жанр, традицію виникнення та перекладу таких слів, звертаючи при цьому увагу на особистість автора.

Говорячи про okazіональні слова варто наголосити на тому, що вони створені за незвичайними моделями та не можуть існувати поза контекстом. [Крюкова 2014]. В силу того, що okazіоналізмом притаманні такі функції, як приналежність до мови, індивідуальна приналежність, функціональна одноразовість і, перш за все, ненормативність, то такі слова і словосполучення

не мають і не можуть мати відповідників в мові перекладу. Перекладач змушений або замінювати їх словами, вже існуючими в мові перекладу, або придумувати свій власний оказіоналізм.

В анімаційному фільмі зустрічається велика кількість неологізмів, які мають різні способи словотворення, які ми надалі і розглянемо.

На думку Ю. Н. Несветайло, збагачення словникового складу сучасної англійської мови відбувається трьома основними шляхами: синтаксичним (словотвір), семантичним (зміни значення слова, його переосмислення) і за допомогою запозичення [Несветайло, с. 74].

Зазначимо, що багато лінгвістів [Осиянова, Романюк 2010; Plag 2018; Bauer 2001] розглядали питання щодо способів словотворення.

На сьогоднішній день існує три найбільш продуктивних способа утворення нових слів, серед них: словотворення, до складу якого входять такі способи, як афіксація, конверсія, реверсія (головний результат його використання це створення похідного слова); скорочення (результатом його використання є скорочення слова, акронім); словоскладання (результатом є складання складного слова).

Однак найчастіше використовуються такі способи, як афіксація та словоскладання. Саме завдяки їм утворюється велика кількість сучасних новоутворень. Але на думку самих лінгвістів, словоскладання, як спосіб утворення слів, став популяризованим за останні 10-15 років. Інші ж способи утворення слів – лексикалізація, скорочення, зворотна деривація та зливання слів не отримали належного визнання [Заботкина 1989, с. 35].

Перш ніж розглянути першу групу утворення слів – словотворення, треба наголосити на тому, що всі слова складаються з морфем. В свою чергу всі морфемі поділяються на два класи: корені та афікси. Афікси слід поділити на наступні підсистеми: префікси та суфікси. Похідні слова (які складаються з кореня і афікса або декількох афіксів) утворюються за допомогою афіксації. Слова, утворені таким шляхом, займають в англійській лексиці важливе місце.

Афікси поділяються на продуктивні та непродуктивні. Продуктивність або непродуктивність того чи іншого афіксу визначається шляхом порівняння числа та складу слів, які їх мають в рамках конкретної мовної системи. Продуктивними називають морфеми, які активно приймають участь у словотворенні і дають нові слова в даний період розвитку мови. До продуктивних афіксів на даний момент належать: 1) у іменників: -er, -ing, -ism, -ist, -ance; 2) у прикметників: -y, -ish, -ed, -able, -less; 3) у прислівників: -ly; 4) у дієслів: -ize/-ise, -ate. Окрім суфіксів слід розглянути продуктивні префікси: un-, re-, dish-. До непродуктивних афіксів належать наступні суфікси: 1) у іменників: -th, -hood; 2) у прикметників: -ly, -some, -en, -ous; 3) у дієслів: -en [Елисеєва 2003, с. 36].

Префікс визначається нами, як морфема, яка в процесі свого розвитку набула відповідне абстрактне значення, і яка ставиться перед словотворчою основою, надаючи зміни її значення. Як правило, в морфологічному і семантичному відношенні префікси у порівнянні з суфіксами носять більш самостійний характер. Одним з основних факторів, що обумовлюють зближення префіксації з суфіксацією є схожість відносин похідності між префіксальними і суфіксальними похідними і відповідними основами. Є. С. Кубрякова розуміє похідне слово як будь-яку вторинну, обумовлену іншим знаком чи сукупністю знаків одиницю номінацію зі статусом слова [Кубрякова 1965].

Окрім афіксації в англійській мові існують і інші способи утворення нових слів. Так, наприклад, конверсія – це процес змінення граматичної категорії слова без зміни його форми. Конверсія іменника в дієслово є досить поширеним явищем при утворенні нових слів в англійській мові.

Під конверсією розуміють, перш за все, такий спосіб словотворення, який передбачає утворення від однієї частини мови – іншій, без внесення яких-небудь змінень у зовнішню форму слова [Мешков 1985, с.160].

Такий спосіб утворення слів є популярним в англійській мові. Основна суть конверсії, як словотворчого процесу, полягає у тому, що порушується

функціональний характер слова без зміни форми. Конверсійне словотворення передбачає не тільки граматичну, але і семантичну перебудову. При цьому в похідному слові запозичується семантика похідної основи, додається до неї своя, обумовлена новим мовним статусом. Специфічний характер конверсійного словотворення позначився також на тому, що це явище досить довго не мало власного постійного терміну. Згодом, такий термін як «без афіксальне утворення», вийшов зі вжитку у зв'язку з його некоректністю. Однак слід зауважити, що термін, який використовується зараз не є ідеальним, оскільки має омоніми в інших системах термінів [Елисеєва 2003, с. 37-38].

Найбільш поширеним типом конверсії в англійській мові є вербалізація іменників [Иванова 2009, с.10].

Словоскладання представляє собою продуктивний спосіб утворення нових слів за допомогою об'єднання двох чи більше основ в єдине ціле. [Арнольд 2012, с. 107].

Цей спосіб утворення нових слів в англійській мові використовується набагато частіше, на відміну від афіксації. В англійських словах доволі рідко можна зустріти інтерфікс – поєднуючу приголосну, а ще рідше – голосну.

Скорочення представляє собою процедуру зменшення числа фонем та морфем слів або словосполучень, які вже є у мові, без змінення їх лексико-граматичного значення, в результаті якого з'являється нова номінативна одиниця або варіант початкової одиниці [Ильина 2012, с. 45].

До числа основних типів скорочення в англійській мові відносять: графічні скорочення та лексичні. Графічні скорочення представляють собою результат скорочення слів та словосполучень тільки в рамках письмової мови, у той час як в усній мові використуванню підлягають тільки відповідні повні форми. Їх використання обумовлене необхідністю економії місця та посилення в письмовій формі [Петрова 2012].

Крім зазначених чотирьох основних способів утворення нових слів є також і другорядні. До них відносять:

1) звукообмін, як спосіб словотвору, передбачає утворення нового слова шляхом змінення фонетичної структури кореня слова. Він поділяється на три підтипи – змінення голосних, змінення приголосних, змінення і голосних і приголосних одночасно;

2) зміна наголосу, як спосіб словотвору, передбачає утворення нового слова шляхом переносу наголосу на інший склад;

3) подовження;

4) звуконаслідування, як спосіб словотвору, передбачає утворення слів шляхом називання звуків словами, які з ними асоціюються [Способы пополнения словарного запаса языка];

5) зворотня деривація здійснюється шляхом тих самих словотворчих моделей, які характерні і для прямої деривації, тільки які «читаються навпаки». Так, слово, яке є результатом дериваційного процесу, займає місце не похідного, а здійснюючого в словотворчій моделі. Зворотній процес словотворення представляється оказіональним заповненням пустої клітинки, призначеної в неповному словотворчому ланцюжку для відсутнього в ньому слова [Улуханов 1996, с. 182];

6) зливання слів – це молодий спосіб утворення слів. Головною його відмінністю є те, що в якості слово утворюючої одиниці виступає не основа, а її довільний фрагмент, який іноді співпадає з основою за об'ємом. Слова, які з'явилися таким способом називають блендами [Елисеєва 2003, с. 39];

7) лексикалізація – трансформація граматичної форми слова в самостійне слово, наділене новим лексичним значенням. Як правило, вона застосовується до іменників, які мають форму множини [Способы пополнения словарного запаса языка].

В анімаційному фільмі закони словотвору ніхто не відміняє і слова утворюються способами, які було зазначено вище. Єдиною особливістю є те, що робота з анімаційним фільмом знаходиться під керівництвом режисерів, авторів сценарію, постановників та інших. Що стосується процесу перекладу англійських неологізмів, утворених тим чи іншим способом, перекладач має

долати низку складностей. Важливо знати основи, прийоми та способи трансформацій мовних одиниць на лексичному та граматичних рівнях. Так, перекладач має пам'ятати про те, що якщо наприклад англійське слово містить в собі корінь грецького чи латинського слова, то доречніше буде використати транскрипцію чи транслітерацію, адже такий спосіб перекладу допоможе якомога детальніше передати значення таких слів.

Важливо зазначити, що коли виникає процес запозичення з іншої мови, тобто коли предмет, явище чи поняття, які називає неологізм, відсутні в культурі в яку запозичують, перекладачу вкрай важко передати значення такого слова, тому використовується описовий переклад. Але цей прийом має і недоліки, головний з яких полягає в тому, що деякі описи виходять великими та можуть не вписуватися в текст перекладу.

Для перекладу слів утворених способом словоскладання, перекладач може використати калькування. Перевагою такого методу є стислість і простота одержуваного з його допомогою еквівалента, але разом із тим буквалізм, який є характерним для цього прийому перекладу, не завжди може розкрити значення слова у повній мірі.

Отже, розглянувши сучасні способи утворення слів в англійській мові можна зробити висновок, що загальноприйнятим є продуктивні способи утворення нових слів: афіксація, словоскладання, скорочення та конверсія. Крім того виділяють другорядні способи утворення слів, які є непродуктивними: звукообмін, зміна наголосу, подовження, звуконаслідування, зворотня деривація, зливання слів та лексикалізація. Говорячи про класифікацію неологізмів, варто зауважити, що існують: лексичні, семантичні, okazіональні, авторські. В процесі традиційної діяльності таких неологізмів перекладач зіштовхується з труднощами, які можливо подолати при правильно обраній тактиці перекладу.

1.4 Функції новотворів в анімаційному кінотексті: перекладознавча специфіка

Перш за все потрібно зазначити, що наша робота зосереджена на вербалізованій частині анімаційного кінотексту, яка представлена його скриптом і його монтажним листом. В роботі ми будемо сприймати цей скрипт, як художній текст, оскільки він відповідає всім ознакам останнього. Він має емоційний вплив на читача, всі ознаки поезики тексту і отже це дозволяє нам виділяти схоже у функціях анімаційного кінотексту з функціями художнього тексту. Тому, головним завдання цього підрозділу є описати функції неологізмів крізь функції художнього тексту, тобто показати як вони доповнюють один одного.

Слід зауважити, що художній текст, як і інший текст – це «найвища комунікаційна одиниця», складний мовний знак, який виконує певні функції [Москальская 1959]. В тексті може створюватися новий світ для якого потрібні нові слова. В свою чергу вони будуть допомагати реалізовуватися функціям тексту. Отож, виділимо функції художнього тексту та зазначимо як саме неологізми в них реалізуються.

Основною функцією художнього тексту є номінативна, яка полягає у тому, що текст несе певну інформацію про оточуючу дійсність, описує речі, події, ситуації, представляє факти. Тобто в рамках цієї функції неологізм дає назву предметів, ознаці, дії, явищу, ситуації тощо.

Будь-який анімаційний фільм неможливо представити без емоційної частини. Вона реалізується завдяки експресивній функції, яка наголошує на тому, що текст є засобом, для вираження певних почуттів, відтінків емоцій, ставлення до інформації, яка репрезентована у тексті. При встановленні емоційного зв'язку з персонажем, глядач поринає в інше життя, починає співчувати героям або ототожнює себе з ним. Тобто новизна слів пробуджує в людей різноманітну гамму почуттів та емоцій.

Важливо відмітити й естетичну функцію тексту. Вона впливає на емоційну, вольову, ціннісну сферу особистості читача, доставляє йому не тільки інтелектуальне задоволення, але й почуття насолодження. Саме ця функція обумовлює реалізацію всіх інших функцій. «Щоб зрозуміти художній текст, потрібно його пережити» [Бюлер 2000]. В ракурсі цієї функції неологізми будуть приносити задоволення глядачам.

Як зазначає Н. Н. Михайлов, текст володіє фатичною функцією, яка встановлює та підтримує контакт і тому розглядається, як актуалізація «каналу зв'язку» та металінгвістичною, яка виникає тоді, коли потрібно пояснити або якось прокоментувати використану в розмові не зовсім зрозумілу адресату одиницю коду – мови спілкування [Михайлов 2006, с. 33–34]. Цю ж ідею знаходимо в працях Р. О. Якобсона, який наголошує на тому, що за допомогою фатичної функції встановлюється необхідність продовження або переривання комунікації, тобто перевірка роботи каналу, наявність встановленого зв'язку з реципієнтом. Здійснюється ця перевірка за допомогою обміну риторичними формулюваннями, єдина функція яких – підтримка комунікації [Якобсон 1975, с. 201]. В рамках фатичної функції неологізм виконує соціальну функцію, тобто допомагає створити дружні та приятельські стосунки між людьми, а володіючи металінгвістичною функцією неологізм забезпечую комунікантів повним взаєморозумінням.

Слід додати, що не менш важливою функцією, в якій реалізують себе неологізми, є комунікативна, тобто вони можуть використовуватися в комунікативних процесах між людьми [Функції неологізмів].

Як було зазначено в попередніх частинах, кіно є дитячим продуктом, а отже слід відмітити такі функції анімаційного кінотексту, як: виховна, інформативна та пізнавальна.

На думку кінокритика А. Долина, «кіно, навіть не дуже високохудожнє, може стати прекрасним педагогом. Воно розповість про те, з чим побояться мати справу навіть найпрогресивніші батьки» [Долин 2013, с. 20]. В рамках

цих функцій неологізми допоможуть сприяти гармонійному розвитку дитини, як індивіда, так і частини суспільства.

Окрім виховної функції існує й інформативна, яка полягає в наданні масовому читачу, слухачу і глядачу актуальної інформації про різноманітні сфери діяльності людей: ділову, науково-технічну, політичну тощо [Функції масової комунікації]. Неологізм допомагає розкритися цій функції в повній мірі завдяки тому, що допомагає розширити пізнавальні можливості людини та збільшити її творчий потенціал.

Не менш важливою є і пізнавальна функція. Як зазначає І. О. Крюкова, вона полягає в збагаченні освітньо-культурної сфери особистості, руйнує поширені в суспільстві стереотипи і упередження [Крюкова 2017]. Завдяки неологізмам пізнання кіно виявиться більш активним та цікавим.

Отже, розглянувши низку функцій тексту, варто сказати, що вони впливають на сам неологізм, але й неологізм, без сумніву, допомагає цим функціям реалізуватися в повному обсязі в анімаційному кінотексті. Перекладачу необхідно знати та виділяти ці функції, адже від цього буде залежати зацікавленість глядачів та успіх його роботи.

1.5 Методика перекладознавчого аналізу нових слів в анімаційному кінотексті

Аналіз нових слів в тексті анімаційного фільму присутній як на етапах розуміння і перетворення вихідного тексту, так і на стадії перевірки, редагування, і оцінки якості результатів перекладу.

Для того, щоб представити методику аналізу неологізмів в анімаційному кінотексті нам потрібно представляти, чим є перекладознавчий аналіз для перекладача сам по собі. Це питання вже є досить розробленим у наш час. Не буде перебільшенням сказати, що роль і статус даного аспекту

перекладацької діяльності є сьогодні однією з найбільш актуальних проблем теорії і дидактики перекладу.

У наш час існують різні точки зору щодо перекладознавчого аналізу. Концепція перекладознавчого аналізу І. С. Алексєєвої будується на основі визначення типу тексту, відповідних йому домінант і інваріанта перекладу [Алексєєва 2006, с. 7].

Представники західноєвропейського перекладознавства: М. Бейкер, К. Норд і Р. Солкі співвідносять перекладацький аналіз з вивченням структури і прагматики тексту [Baker 1992; Nord 2005; Solki 1995].

Як для вітчизняних, так і для зарубіжних дослідників відправною точкою перекладацького аналізу є типологія текстів, а основною його метою – глибоке проникнення в зміст вихідного тексту, що забезпечує найбільш оптимальну можливість інтерпретації засобами мови з якої перекладають [Кашкин 2011, с. 50–51].

Слід наголосити на тому, що при роботі з текстом анімаційного фільму перекладачу потрібно пам'ятати про функціональну мету неологізмів, а саме: підсилення виразності та точності мовлення. Основною проблемою, яка виникає у процесі роботи з неологізмами – це проблема передачі значення нового слова. Значення неологізму найчастіше визначається завдяки контексту.

Для того, щоб реалізувати функції неологізму, важливо визначити як аналізувати їх в тексті анімаційного фільму. Тому ми пропонуємо наступні етапи аналізу неологізмів.

Перший етап – це ідентифікувати неологізм в тексті анімаційного фільму. Для цього потрібно, перш за все, опиратися на визначення поняття неологізм. Неологізмами можна вважати нові за значеннями або за формою і значеннями слова, створені за останні декілька років або запозичені з іншої мови за потреб спілкування, які сприймаються та використовуються в комунікації носіями даного мовного суспільства.

Другий етап. Виявлений на основі дефініції неологізм потребує уточнення свого статусу також через відповідність встановленим раніше критеріям, а саме: бути новим лексичним утворенням, яке виникає через суспільну необхідність позначати нові предмети або явища. У часовому вимірі бути словом, яке виникало за пам'яті певного покоління. Нарешті ця одиниця повинна функціонувати в мові віднедавна.

Третій етап. Визначити тип неологізму у вихідному тексті, враховуючи, що неологізми можуть бути: okazіональними, семантичними, запозиченнями, фонологічними, синтагматичними. Для перекладача це важливо задля вибору правильної стратегії перекладу. Окремо з'ясувати, чи можна вважати неологізм, що аналізується авторським.

Четвертий етап. Визначити спосіб словотвору неологізму в оригіналі художнього тексту, спираючись на критерії словотвору неологізма.

П'ятий етап. Встановити функцію неологізму в оригіналі художнього тексту, зокрема звернути увагу на такі функції, як номінативна, експресивна, естетична, фактична, металінгвістична, виховна, пізнавальна, тощо.

Шостий етап. Встановити значущість новотвору для сюжетно-композиційного контексту та інших контекстів оригіналу і зробити висновок про роль неологізму і значення для розуміння тексту в цілому.

Сьомий етап. Далі всі ці етапи потрібно пройти в перекладеному тексті, тобто всі особливості нового слова оцінюються з точки зору способу перекладу в цільовому тексті і того, наскільки адекватно цей спосіб відображає всі нюанси функціонування неологізмів оригінального тексту.

Таким чином, ми сформувавши алгоритм аналізу новоутворень. Отже, якщо всі ці етапи аналізу неологізму будуть пройдені, ми отримаємо повне уявлення про роль неологізму в тексті анімаційного фільму та переклад набуде більш адекватного характеру.

РОЗДІЛ 2

ЗАСОБИ ТВОРЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ НОВИХ СЛІВ В ОРИГІНАЛІ І ПЕРЕКЛАДІ СЕРІЇ АНІМАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ ПРО СМУРФІВ

2.1 Особливості мови серії анімаційних фільмів про смурфів та пов'язані з цим проблеми перекладу

Створюючи художню реальність, мультиплікатори вигадують дотепні і філософські сюжети, використовують різні технології, «вдихаючи життя» в фантастичних і майже реальних персонажів.

Самобутність анімаційного світу в значній мірі забезпечується мовними засобами. Мова формує особливу картину світу, образ цієї художньої реальності, і тим самим сприяє установленню взаєморозуміння між автором і його аудиторією. Саме завдяки унікальному мовному оформленню, вигаданий світ стає в якійсь мірі правдоподібним, надає естетичний вплив на почуття і думки аудиторії. Мова персонажів, їхні імена, назви різних мультоб'єктів є не просто проекцію об'єктивної дійсності, а й продуктом лінгвокреативної діяльності автора (сценариста, перекладача, актора дубляжу), спрямованої на створення унікального художнього простору.

Серія анімаційних фільмів про смурфів, починається з першого фільму “The Smurfs” у 2011 році, а сама історія бере свої витoki з бельгійських серій коміксів, які створив мультиплікатор Пейо. Він став автором 16 томів коміксів. Сюжет цього фільму досить цікавий: рятуючись від злого чарівника Гаргамеля, крихітні смурфіки опиняються за межами рідного містечка. Зі свого чарівного світу вони потрапляють прямо у наш світ, а саме в Центральний парк міста Нью-Йорк. Тепер маленьким відважним смурфікам

належить відшукати дорогу додому і не потрапити до рук самого Гаргамеля [Про мультфільм «Смурфіки»].

Після успіху першої частини фільму, вийшла друга частина у 2013 році і у 2017 році – третя частина. Всі вони об'єднані одними й тими ж героями, але різняться історіями. Так, наприклад, в основі другої частини лежить історія про *Smurfette* (Смурфетту) і також з'являються двоє нових героїв: *Hakus* (Гакус) та *Vexu* (Вексі). Це два троля, які згодом перетворилися на смурфіків. Третя частина про смурфіків, яка називається “*Smurfs: The Lost Village*” («Смурфіки: Загублене містечко»), відрізняється тим, що події відбуваються повністю в анімаційному вигляді, в межах казкового світу, без втручання людського світу.

Смурфи живуть в лісі, в середньовічній Європі, приблизно на узбережжі західної Ірландії (ландштафт в анімаційному фільмі найбільш схожий на півострів Айверо). Оскільки з шести смурфів можна зробити золото, їх постійно намагаються зловити їхні вороги, особливо *Gargamel* (Гаргамель). Смурфи також повинні вирішити і багато інших проблем в своєму містечку і раді всім допомагати, навіть своїм ворогам.

Всього смурфіків понад сто. Їх зріст приблизно 20-30 см (в три яблука висотою), а живуть вони більше сотні років, наприклад Татові Смурфів більш ніж 546 років.

Їх світ чарівний. У *Papa Smurf* (Тата Смурфа) є книга чаклунства з різними магічними рецептами. Смурфіки використовують її, коли в цьому є необхідність, наприклад, щоб зняти чари заклинання, яке наклав на них ворог Гаргамель.

Виглядають смурфи дуже схоже один на одного. У всіх білі ковпаки, штанці і черевички. У хлопчиків – білі штанці, у єдиною дівчинки Смурфетти є біле плаття і туфлі. Тільки Тато Смурф відрізняється бородою і червоними атрибутами одягу. Інші смурфи пошили для себе одяг, який хотіли.

Кожен смурф має свій будинок, схожий на гриб. У містечку смурфів кожен зазвичай робить тільки те, що йому хочеться робити, але так як в

містечку немає ніяких проблем, смурфи здатні жити самі без сторонньої допомоги. У їхньому маленькому місті є кілька дуже важливих смурфів, які роблять всю потрібну роботу. Наприклад, *Greedy Smurf* (Ласун) варить їжу, *Smooth Smurf* (Спритник) будує різні машини для полегшення роботи і життя інших. У їхньому поселенні протягом року часто бувають різні заходи. Поблизу містечка смурфів протікає річка, а на річці гребля, яку треба постійно оглядати і ремонтувати, щоб її не прорвало і вода не затопила їх житло. Містечко оточено лісами і полями, на яких *Farmer Smurf* (Фермер) вирощує потрібні рослини.

Головний в середовищі смурфів – *Papa Smurf* (Тато Смурф), який дає смурфам поради, допомагає, вирішує конфлікти між смурфами. Він самий інтелігентний і мудрий. Коли Тата немає, в містечку відбувається величезний безлад. У смурфів багато ворогів. Їх головний ворог – чаклун *Gargamel* (Гаргамель). Смурфи повинні вести себе смурфно. Це означає, що вони повинні всім допомагати, бути добросердими, чесними і ніколи не бути злими.

Незважаючи на схожість у зовнішньому вигляді все блакитні чоловічки мають різні характери. Як і люди, вони між собою сваряться, сперечаються і жартують. Смурфіки завжди перемагають злочинця Гаргамеля, так як вони дружні, чуйні і дорожать одне одним. Вони намагаються триматися всі разом, тому їх чекає успіх у всіх пригодах.

Смурфіки – самобутні, у них є свої власні слова. Як і у коміксах, так і в анімаційному фільмі, у їхній мові часто зустрічається словотвірний елемент “*smurf*”, а також присутні однокореневі слова. Ці слова активно вживаються ними у процесах комунікації в повсякденному житті. Одиниця “*smurf*” стає вершиною великого словотворчого гнізда, в якому представлені слова різних частин мови. Ця лінгвістична знахідка використовується і при створенні слоганів до фільму, наприклад:

BT: “*What the Smurf are we doing here?*” [S1].

ПТ1: «*Какого смурфа мы тут делаем?*» [СП1-1].

ПТ2: «*Якого смурфа ми тут робимо?*» [СП2-1].

Цікаво підкреслити те, що відтворюючи цей слоган, перекладачі вдалися, до способу калькування, який на наш погляд є вдалим і допомагає зберегти і підкреслити емоційний стан героїв, а саме – обурення. В мові людей ця фраза звучала б так: “*What the hell are we doing here?*” Відбулася лексична заміна слова “*hell*” на слово “*smurf*”. В цьому випадку неологізм виконує експресивну функцію. Він наводить нас на думку, що як люди у своєму світі лаються, коли чимось незадоволені, згадуючи при цьому «чорта» так і смурфи виражають свої негативні емоції. І в їхньому казковому світі є нечиста сила, але для них вона “*the Smurf*”.

Слід зауважити, що в залежності від характеру персонажа, мова того чи іншого смурфа відрізняється. Наприклад *Vanity Smurf* (Веніті), який завжди милується своєю зовнішністю і носить з собою дзеркало, розмовляє сам із собою. В його мові переважають прикметники, які характеризують його зовнішність: *beautiful, marvelous, wonderful*.

Смурф, якого звать *Brainy* (Брейні), завжди розмовляє дуже довгими реченнями і в його мові переважають наукові терміни, або заумні фрази: “*That is not a Smurf bridge, it’s clearly a chain...*” або “*According to my calculation it is dangerous!*” [S1] Дуже часто смурфи навіть перебивають його, тому що не розуміють, про що він говорить.

Є у світі смурфів і такий, що розповідає історії. Він з’являється на початку першої частини, коментуючи сюжет протягом всього фільму, та на початку другої частини, читаючи смурфам книгу. Звать цього персонажа *Narrator Smurf* (Наратор). Його мова вирізняється чітко та логічно побудованими реченнями, зв’язністю та хронологічною послідовністю. Ось як він починає свою розповідь на початку другої частини: “*Once upon a time, in Smurf village, happy Smurfs were going about their happy lives completely unaware that not too faraway, the evil wizard Gargamel was concocting a diabolical plan*” [S1]. У Наратора низький казковий голос, який допомагає глядачам поринути до загадкового світу пригод смурфів. Зовсім інша мова у смурфа Брейні. Він

говорить все чітко, по ділу і ніколи не вагається: “*We ’ll form a Smurf bridge*” або “*Let’s go! Quickly!*” [S1]

Отже ми бачимо, що у кожного смурфа є свої особливості в мові. В цілому, вся серія анімаційних фільмів побудована на багатій кількості діалогів, є також і монологи (коли смурфи залишаються наодинці). Переважає розмовна лексика, яка спрямована на краще розуміння дитячою аудиторією, тому в цілому складностей не виникає.

Потрапляючи до світу людей, смурфи зіштовхуються з багатою кількістю речей, які їх дивують. Щоб осмислити те, що відбувається, вони проводять паралель між своїм казковим світом і світом людей та намагаються освоїти їх навички. Смурфетта, наприклад, навчилася користуватися соковижималкою і тостером. А смурфік *Clumsy* (Кламсі), потрапивши до будинку Патріка, опиняється у ванній кімнаті. Він бачить мило для рук, на якому написано “*Berry boom*” [S1]. На російську мову це словосполучення переклали як: «*Ягодки*» [СП1-1], а в українському варіанті: «*Зі смаком ягід*» [СП1-2]. В своєму світі смурфіки дуже люблять поласувати «смурфінікою», тому Кламсі починає їсти це мило, але згодом розуміє, що цього не варто було робити. Переклад для дітей стає зрозумілим завдяки візуальному коду, адже слово «мило» при перекладі не згадується. Діти здогадуються, що це мило за зовнішнім виглядом пляшки та мильними бульбашками.

Не тільки смурфи вчаться новому у світі людей. Деякі речі і самі люди черпають зі світу казкових створінь. Наприклад, у другій частині анімаційного фільму, коли у головних героїв *Patric* (Патріка) і *Grace* (Грейс) народився син, вони назвали його *Blue* (Блу), що перекладається з англійської, як «блакитний». А під час святкування дня народження хлопчика, йому подарували торт у вигляді грибу, бо ж це місце, де живуть смурфіки у своєму світі, їхні маленькі будиночки.

Для глядачів, при перегляді російської чи української версії анімаційного фільму, ім’я Блу є немилозвучним, оскільки в нашому суспільстві відсутня така форма імені. Тому ми вважаємо переклад невдалим.

Як було зазначено вище, світ смурфів є чарівним і він схожий на світ людей. Це призводить до утворення нових лексичних одиниць, які пов'язані з великою кількістю сфер життя. Автор, наприклад, вигадує багато нових імен. Якщо говорити про способи перекладу імен смурфів, то варто зауважити, що українські перекладачі звертаються до експлікації змісту, в той час, як російські, взяли за основу метод транскрибування. Наприклад, ім'я *Clumsy* в російському дубляжі – це *Кламсі*, а в українському – *Незграбко*. Смурф, якого звать *Vanity* для російського глядача буде *Венити*, а для українського – *Чепурник*. Така ж сама ситуація з іменем смурфа *Grouchy*, який на російській мові носить ім'я *Грочи*, а українське – *Буркотун*. Ми вважаємо український спосіб перекладу більш вдалим. Для дітей, які чують імена, перекладені методом транскрибування, вони незрозумілі. А ім'я для смурфа є дуже важливим, адже воно напряду пов'язано з родом його діяльності і відображає манери, спосіб життя і поведінку героїв.

В процесі перекладу та адаптування кінотексту з англійської мови на українську чи російську перекладач може зіштовхнутися зі складнощами, а саме з відмінністю між культурами країн, або неспівпадіннях перекладу зі швидкістю вимови героя та артикуляцією. Саме тому, у процесі відтворення фраз можуть бути використані перекладацькі трансформації. Але варто наголосити на тому, що за якість перекладу кінотексту несуть відповідальність не лише редактор і перекладач, а ще й дублер. Про особливості функціонування та перекладу нових слів мова піде далі.

2.2 Різновиди, способи утворення та особливості перекладу нових слів в серії анімаційних фільмів про смурфів

У анімаційних фільмах створення нових слів виконує функцію стилізації рис зображуваного. Складні неологізми демонструють індивідуальну творчу

лінгвістичну компетенцію людини і великий креативний потенціал мови при породженні нових слів в процесі пізнавальної діяльності.

Аналізуючи нові слова, які активно використовуються смурфіками в процесі повсякденного життя, ми дійшли висновку, що вони поділяються на три групи. До першої належать авторські okazіоналізми, тобто нові лексичні одиниці, які не мають опорного слова в англійській мові і є створеними автором «з нуля». До другої групи належать слова, утворені автором, на основі вже існуючих слів людського світу, з використанням існуючих способів словотвору (заміна морфеми, телескопія, гаплогія) або за допомогою словотвірної моделі N+N. Третя ж група складається з трансформованих фразеологізмів. Ключовий компонент “*smurf*”, що має початкове значення «найменування казкової істоти», набуває різних граматичних ознак і семантичних відтінків, які стають зрозумілими із ситуації або контексту.

Розглянемо на прикладах першу групу слів, серед яких є чимало авторських okazіоналізмів, створених за допомогою суфіксації.

На початку фільму Гаргамель скаржиться своєму коту Азраелю, на те, що вже багато років він шукає смурфів, але так і не знайшов їх:

BT: “*After all my years of smurfless searching, however do you expect to find us?*” [S1].

ПТ1: «*Я так долго безсмурфешно искал вас, как же теперь найду?*» [СП1-1].

ПТ2: «*Через стільки років безсмурфешних пошуків, як мені вдалося знайти вас?*» [СП2-1].

Ми бачимо новотвір “*smurfless searching*”. Він утворений шляхом суфіксації. До слова “*smurf*” додали суфікс “*-less*”, який несе в собі негативну конотацію, тобто функцію заперечення. Значення цього суфіксу пов’язане з тим, що Гаргамель ніяк не може знайти смурфів і тому всі роки, які він шукає їх – це «роки проведені без смурфіків». Він шукає їх даремно та «безуспешно». Виходячи з цього, переклад на російську мову базується не на самому слові “*smurfless*”, а на змісті, який в нього покладено. Оскільки пошуки

«безуспешные», російські перекладачі вибирають перекладацький відповідник «безсмурфешно», намагаючись при цьому грати на цьому слові, в яке впроваджено словотвірний елемент «смурф». Але спосіб словотворення в російському неологізмі вже інший. Це префіксація (префікс «-без» додали до словотворчого елементу «смурф»), а також відбувається заміна морфеми в середині слова.

Щодо українського перекладу, то вихідне слово, на яке опиралися перекладачі, зрозуміти одразу важко. «Безсмурфешних», вочевидь, корелюється зі словом «безуспішних», але в цьому випадку перекладачам потрібно було б перекласти як «безсмурфішних» для кращого розуміння змісту нового слова. Порівнюючи ці два переклади ми бачимо, що в російському варіанті перекладу слово “*smurfless*” є прислівником, в той час як в українському перекладі прикметником. В даному прикладі неологізм виконує номінативну функцію. Коли чаклун промовляє ці слова, то на фоні грає мелодія, яка є досить напруженою. І взагалі, атмосфера дому Гаргамеля досить темна та лякаюча.

Заклятий ворог смурфіків Гаграмель не полишає надії дізнатися рецепт, який використовує Тато при створенні нових смурфів. Коли чаклун залишається наодинці зі своїм котом Азраелем, він промовляє:

BT: “*With my skills even this small trifle of **smurfiness** will yield me just enough power to catch them all*” [S1].

ПТ1: «*Даже столь малая **крупница смурфика** даст мне необходимые силы, чтобы их поймать*» [СП1-1].

ПТ2: «*З моїм хистом навіть ця мала **дрібочка смурфості** дасть мені досить сили їх переловити*» [СП2-1].

Неологізм “*smurfiness*” є авторським okazіоналізмом. Він заснований на словотворчій моделі, але не має вихідного англійського слова, в якому було б замінено морфему. Цей іменник був утворений за допомогою суфіксації (до основного елемента “*smurf*” автор додав суфікс “*-ness*”). Цей суфікс несе в собі значення стану, якості або узагальненість феномену, що ми і

спостерігаємо у даному прикладі. Російські та українські перекладачі пішли різними шляхами відтворення нового слова. В українському перекладі під «*смурфістю*» розуміється сама сутність смурфів, а «*крупниця смурфика*» при перекладі на російську мову показує не так сутність самих блакитних чоловічків, як якусь окрему їхню частину, наприклад волосся Смурфетти, яким вдалося заволодіти чаклуну. На нашу думку український переклад є більш вдалим, тому що він передає суть самої процедури, хоча в англійському okazіоналізмі обидва значення закріплені, але з цих двох відповідників український переклад більш адекватний. Отож, неологізм допомагає реалізуватися номінативній функції і сам епізод, завдяки напруженій музиці створює загадкову та лякаючу атмосферу.

Не менш цікавим є факт, що як у мові людей зустрічаються багатозначні слова, так і у мові смурфів вони є. Переклад таких слів залежить від контексту. Розглянемо авторський неологізм “*smurfy*”, який використовується в різних ситуаціях і має різні значення при перекладі.

Приклад вищезазначеного слова ми зустрічаємо у ситуації, коли смурфіки намагаються віддячити за гостинність господарям квартири, тобто Патріку і Грейс. Вони декорують їх квартиру квітами та різноманітними прикрасами. Закінчивши всю роботу Кламсі з гордістю викрикнув:

BT: “*Pretty smurfy, if I do say so myself*” [S1].

ПТ1: «*По-моему очень смурфютно, да?*» [СП1-1].

ПТ2: «*Просто смурфово кажу я з гордістю*» [СП2-1].

Новотвір “*smurfy*” утворений шляхом суфіксації (суфікс “-y” додали до основного елементу “*smurf*”). На цьому прикладі ми можемо бачити, що неологізм виконує не тільки номінативну, але й експресивну та естетичну функції. Він підсилює емоції глядачів від побаченого та апелює до їх почуття прекрасного. Українські та російські перекладачі використали контекстуальний переклад. Вони взяли за основу слово, яке вписується до контексту фрази, і поєднали з основним словотворчим елементом. В російській мові це слово «*уютно*», а в українській – слово «*кайфово*».

Українські перекладачі помітили, що манера мови Кламсі відрізняється простим та різким розмовним стилем, саме тому при перекладі вони і взяли слово «кайфово» за основу. Російський ж переклад більш нагадує манеру спілкування Смurfетти, в мові якої зустрічаються зменшувально-пестливі слова. Більш вдалим ми вважаємо російський переклад з точки зору розкриття значення неологізму, адже ситуація, яку бачать глядачі на екрані, більше змальовує затишну атмосферу будинку. Все дуже органічно прикрашено квітами і присутня справжня домашня ідилія. Але український переклад відрізняється вдалою спробою демонстрації особливостей мови Кламсі.

Наступним цікавим прикладом вживання цього ж нового слова є ситуація, коли Смurfетта заспокоює своїх братів:

BT: “*Papa had a vision and everything turns out smurfy*” [S1].

ПТ1: «*Папе было ведение, что всё будет смurfечательно*» [СП1-1].

ПТ2: «*Батько мав ведіння і все закінчиться смurfно*» [СП2-1].

Неологізм “*smurfy*”, який вже було описано, виявляється полісемічним, а контексти його вживання – досить різноманітними. Перекладачі визначили, що вихідний англійський неологізм містить в собі позитивну конотацію. Протягом всього анімаційного фільму ми бачимо, що Смurfетта справляє враження позитивно налаштованого смурфа, а отже в неї не може бути песимістичних думок. Основною функцією неологізму є експресивна, адже вона пов’язана з настроєм і демонструє оптимістичне ставлення до ситуації. Отож ми бачимо, що при перекладі на українську мову за основу було взято слово «*гарно*», а російські перекладачі вирішили взяти за основу слово «*замечательно*». На нашу думку, російський переклад є більш вдалим. Слово «*замечательно*» і в нашій мові характеризує добрий стан справ, в той час, як прислівник «*гарно*» ми використовуємо частіше, коли говоримо не про справи, а про зовнішній вигляд людей чи речей.

Прикладом нового слова, яке показує нам, що смurfіки «сучасні» істоти є: “*Smurfy selfie time*” [S3]. («*Смurfеселфи*») [СП1-3]. («*Смurfоселфі*») [СП2-3].

Той же неологізм “*smurfy*”, про який йшлося до цього, набуває ще одного значення. У смурфів є традиція робити фото. В даному випадку суфікс “-у”, який додається до основного елементу “*smurf*” шляхом суфіксації, характеризує приналежність цієї традиції блакитним створінням. Смурфи навіть мають пристрій (селфі палку) точно таку ж, яку мають люди. Цей неологізм виконує номінативну функцію, адже називає явище, яке є і у світі людей, а також експресивну, тому що ця фраза пробуджує в глядачів радісні емоції. В російському перекладі неологізм утворений шляхом зливання слів: «*смурф*» + «*селфи*» і аналогічним чином в українському перекладі. Розуміння перекладацького варіанту на обидві мови для глядачів не становить складностей.

Отже ми бачимо, що у всіх вищезазначених прикладах неологізм “*smurfy*” вживається в різних контекстах. Але цікавий факт, що у всіх ситуаціях він має позитивну конотацію.

У наступній групі авторських okazіональних слів присутній таким спосіб словотвору, як конверсія. Головний словотворчий елемент “*smurf*” є іменником, але в наступних прикладах ми побачимо, як автор перетворив його на дієслово.

Тато всіх смурфів дуже любить чаклувати. На початку кожної частини анімаційного фільму він бере свій магічний горщик і намагається заглянути в майбутнє. Тільки під час синього місяця його магіє є найсильнішою. При цьому він промовляє фразу:

BT: “*That blue moon time of year again. Time to smurf some magic*” [S1].

ПТ1: «*Вот и снова голуболуние. Можно как следует **посмурфовать***» [СП1-1].

ПТ2 : «*Знову настав час синього місяця. **Насмурфую чарів***» [СП2-1].

Авторське okazіональне дієслово “*to smurf*” є прикладом конверсії. З розряду іменника воно перейшло до розряду дієслова. Якщо значення іменника “*smurf*” є «найменування казкової істоти», то неологізм “*to smurf*” можна трактувати з точки зору різноманітних справ, якими займаються ці

казкові створіння у своєму світі. Тато Смурф займається магією. Тому, очевидно, що в основу неологізму при російському перекладі покладено слово «колдовать», а в українському варіанті «начаклувати». Неологізм реалізовується завдяки номінативній функції, тобто називає процес магії. При цьому на екрані глядачі можуть чути загадкову мелодію та різноманітні барви, якими насичений магичний горщик Тата.

Смурфи впливають не тільки на почуття людей, але й на їхню мову. Після спілкування з ними, люди також починають використовувати в своїй мові слова, головним елементом яких є слово “*smurf*”. Наприкінці першої частини анімаційної серії, Патрік зізнається в коханні своїй дружині Грейс:

ВТ: “*I smurf you*” [S1].

ПТ1: «*Я тебе смурфлю*» [СП1-1].

ПТ2: «*Я тебе смурфаю*» [СП2-1].

Дієслово “*smurf*” в даному випадку означає дієслово «кохати». Сам неологізм бере на себе номінативну (називає почуття) та комунікативну функції, адже ця фраза тепер активно використовується людьми в процесі комунікації. Даний неологізм утворився за допомогою конверсії. Із розряду іменника слово “*smurf*” перейшло до розряду дієслова. Можна сказати, що всередині фрази відбулася лексична заміна дієслова “*to love*”, яке люди використовують у своєму світі, на казкове “*to smurf*”. Тобто російські перекладачі взяли за основу перекладу слово «люблю», а українські – «кохаю». На наш погляд переклад з обох мов досить органічно вливається в людську мову.

В свою чергу Грейс також зізналася Патріку в коханні:

ВТ: “*I’m so smurf in love you*” [S1].

ПТ1: «*Я так смурфильно тебе люблю*» [СП1-1].

ПТ2: «*Я тебе смурфезно люблю*» [СП2-1].

Неологізм “*smurf*” в цьому прикладі має інше значення. Він несе в собі відтінок великої кількості чогось. В даному випадку це «велика сила закоханості». Як і в попередньому прикладі дана фраза входить до

повсякденної лексики людей, а отже неологізм допомагає реалізуватися комунікативній функції. Нове слово “*smurf*” утворено шляхом конверсії. Із розряду іменника слово “*smurf*” перейшло до розряду прислівника. В мові людей воно замінило слово “*much*”. В основу російського перекладу покладено слово «*сильно*», в якому відбувається заміна морфеми на словотвірний елемент «*смурф*» на початку слова і таким чином утворюється неологізм «*смурфильно*». За аналогією відбувається ситуація і в українському перекладі, тільки вихідним прислівником є «*безмежно*». На нашу думку доречніше було б перекласти «*смурфезно*». Щодо атмосфери фільму, то на екрані глядачі мають можливість побачити романтику довкола цієї пари і почути звуки скрипки.

На початку другої частини анімації маленькі герої готують свято на честь дня народження Смurfетти. Вони приготували їй святковий торт, але хтось відкусив його шматок. Тоді один зі смurfів питає у інших:

BT: “*Hey, who smurfed a bite out of Smurfette’s birthday cake?*” [S2].

ПТ1: «*Кто отсмурфил кусок торта на день рождения Смurfетты?*» [СП1-2].

ПТ2: «*Хто насмurfив Смurfеччиного торта?*» [СП2-2].

Неологізм “*smurfed*” означає дію, яка була спрямована на поїдання торта і візуально при перегляді анімаційного фільму ми це розуміємо, адже на екрані з’являється торт, який вже не є цілим. Неологізм реалізовує номінативну функцію. Він дає назву дії. Спосіб словотвору, яким скористувався автор – це конверсія, адже іменник “*smurf*” тепер виконує функцію дієслова у минулому часі “*smurfed*”. В середині самої ж фрази відбулася лексична заміна дієслова “*take a bite out*” на “*smurf a bite out*”. При перекладі на російську мову взяли за основу дієслово «*откусил*», в той час як український відповідник зрозуміти вкрай важко. Отже, російський переклад є більш вдалим, в той час, як український переклад не дає змоги зрозуміти зміст сказаного без контексту і ситуації.

Тато Смурф дуже часто дає доречні поради своїм дітям. Одного разу він їм порадив:

BT: “*Sometimes you got to smurf with the changes*” [S2].

ПТ1: «Надо не унывать, а **смурфти** навстречу переменам» [СП1-2].

ПТ2: «Ну, **потрібно смурфитися** з ситуацією» [СП2-2].

Новотвір “*to smurf*” використовується в цьому прикладі у двох значеннях: перше – це «впоратися успішно з якимись випробуваннями», а друге – «скоритися». Неологізм несе в собі номінативну функцію, адже дає назву дії. Нове слово утворено шляхом конверсії. У самій фразі відбулася лексична заміна дієслова “*to cope*” на дієслово “*to smurf*”. В російській мові переклад неологізму утворився таким чином: «**смурф**» + «**пливти**» = «**смурфти**», а в українському варіанті: «**смурф**» + «**змиритися**» = «**смурфитися**». Однозначно, що російський переклад є більш оптимістичним і більше вписується до контексту ситуації, адже промовляючи цю фразу, Тато Смурф посміхається, він впевнений у тому, що все вийде. В українському ж відповіднику глядач може не зовсім зрозуміти емоційної розбіжності між сказаною фразою і настроєм Тата.

Отож, автор майстерно вписує в контекст дієслово “*to smurf*”, але слід також відмітити прекрасну роботу перекладачів, які в усіх вищезазначених випадках добрали необхідний відповідник, зрозумілий українському та російському глядачеві.

Окремим прикладом авторського okazіоналізму є слово “*magic window machine*”. Як було зазначено раніше, потрапивши до світу людей, смурфи починають порівнювати наш світ зі своїм. Всі явища чи події, які вони бачать навколо себе, становлять предмет особливої зацікавленості. Так, побачивши ноутбук на столі Патріка, Тато смурф каже:

BT: “*There must be something about the blue moon on your magic window machine*” [S1].

ПТ1: «В твоей **волшебной печаталке** должно бить что-то о голубой луне» [СП1-1].

ПТ2: «*Про синій місяць має бути у вашій магичній вікномашині*» [СП2- 1].

Новотвір “*magic window machine*” є абсолютно авторським. При створенні цього словосполучення, автор, вочевидь, взяв до уваги зовнішній вигляд предмету, в даному випадку ноутбуку. Знаходячись у нашому світі, смурфи буквально сприймають дійсність і якщо того чи іншого предмету у їх світі немає, вони дають назви предметам, описуючи їх. Так, екран ноутбуку за формою нагадує їм вікно. Воно є магичним для них, адже натиснувши лише на одну кнопку, зображення змінюється і це «вікно» дає відповідь майже на всі питання. Неологізм виконує номінативну функцію. Як бачимо, український та російські неологізми різняться способами перекладу. В російській мові це описовий переклад, а в українській мові – це калькування. Обидва переклади є вдалими. Російський варіант цікавий з точки зору неформальності фрази. Вона дуже дотепна і при перегляді цього епізоду, дітям сприйняти її буде цікавіше. Але український переклад є вдалим з точки зору опису предмету. Хоча це словосполучення не містить в собі елементу “*smurf*”, все ж воно є новим, а його приналежність до казкового світу є очевидна

Отже, розглянувши цей приклад неологізму, можна зробити висновок, що не дивлячись на те, що в словосполученні був відсутній головний словотвірний елемент, який показує нам приналежність цього слова до казкового світу, автор все ж спромігся створити незвичайне і абсолютно нове слово і вдало вписати його до контексту.

Розглянемо наступну групу неологізмів, які були утворені на основі вже існуючих слів в англійській мові за допомогою заміни морфеми та телескопії.

Бувають моменти у житті маленьких героїв, коли вони починають журитися. Смурфетта завжди підбадьорює своїх братів і каже:

ВТ: “*Guys, let’s stay smufrtimistic*” [S1]. Але смурфік, який завжди буркотить, Грочі, їй на це відповідає:

ВТ: “*You know what? I choose to be pessismurfstic*” [СП1-1].

ПТ1: «*Давайте будем смурфинистами. Ни за что! Я буду пессисмурфистом*» [СП1-1].

ПТ2: «*Так, хлопці, будемо смурфіністами! Ні! Я буду песісмурфістом!*» [СП2-1].

Як ми бачимо, новотвори в даному прикладі це “*smurftimistic*” та “*pessismurfstic*”. Неологізм “*smurftimistic*” був утворений шляхом заміни морфеми. Вона відбулася таким чином: “*optimistic*”+“*smurf*”= “*smurftimistic*”. Щодо прикметника “*pessismurfstic*”, воно також було утворене шляхом заміни морфеми “*pessimistic*” + “*smurf*” = *pessismurfstic*. Отож “*smurftimistic*” це смурф який є оптимістом, а протилежне значення має “*pessismurfstic*”, який підкреслює песимістичне ставлення смурфів до тієї чи іншої ситуації. Неологізм реалізовує номінативну функцію, тобто допомагає глядачам розкрити стан головних персонажів.

Отже, ми бачимо, що суттєво український переклад не відрізняється від російського. В обох випадках перекладачі вдалися до прийому калькування. Це тому, що в російській та українській мові можлива така ж сама модель словотвору, яка була в вихідній мові. Ми вважаємо переклад досить вдалим, адже перекладачам вдалося майже стовідсотково зберегти модель нового слова і його зміст. Переклад допомагає зрозуміти глядачам суть сказаного героями.

Серед усіх смурфів найбільш незграбним є Кламсі. За всі свої дії цей маленький герой завжди вибачається:

ВТ: “*I’m smurfully sorry about what...*” [S1].

ПТ1: «*Я смурфжасно виноват...*» [СП1-1].

ПТ2: «*Я смурфенно перепошую...*» [СП2-1].

Нове слово “*smurfully*” утворено шляхом заміни морфеми. Вихідним англійським словом є прислівник “*awfully*”, в якому морфема “*aw*” була замінена словотвірним елементом “*smurf*”. Суфікс “*-full*” виступає в значенні «наповнений», тобто Кламсі наповнений почуттям глибокого каяття. На даному прикладі ми бачимо, що неологізм допомагає реалізуватися не тільки

експресивній, але й виховній функції. Він розкриває всю ступінь ширості Кламсі. За основу російського перекладу взято слово «ужасно», а в українському варіанті «страшено». Обидва варіанти є доречними. Вони в повній мірі вписуються в контекст та є зрозумілими глядачам.

Наступним прикладом неологізму є слово «*smurfnapped*». Воно пролунало з вуст смурфів, коли Смurfетту було вкрадено. Смурфи побігли до Тата, волаючи:

BT: “*She’s being smurfnapped*” [S2].

ПТ1: «*Это смурфищение*» [СП1-2].

ПТ2: «*Її висмуржнули*» [СП2-2].

Неологізм “*smurfnapped*” був утворений за аналогією з дієприкметником людського світу “*kidnapped*”, у значенні таємно викрасти. Смurfетту викрала Вексі, яка діяла за дорученням Гаргамеля. В даному прикладі неологізм реалізував номінативну функцію, тобто охарактеризував таке явище, як викрадення. Неологізм “*smurfnapped*» був утворений шляхом заміни морфеми: “*kidnapped*” → “*smurfnapped*”. При перекладі на російську мову, новотвір «*смурфищение*» виник таким чином: «*смурф*» + «*похищение*», тобто шляхом телескопії.

Якщо російський зміст перекладеного неологізму глядачам буде одразу зрозумілий, то зрозуміти вихідне слово, яке використали українські перекладачі важко. Саме тому, російський переклад ми вважаємо більш вдалим.

Наступний цікавий приклад неологізму ми можемо зустріти в ситуації, коли Гаргамель намагається створити власний пристрій, який би допоміг йому отримати магію смурфів. Він має шматочок волосся Смurfетти і, розробляючи новий пристрій, промовляє:

BT: “*Smurfette’s hair goes in here, flows through the Smurf essence extractor, and finally I have my Smurfilator*” [S1].

ПТ1: «*Кладём волос Смurfетты сюда, пропускаем через экстракт эликсира и наконец у меня есть смурфилятор*» [СП1-1].

ПТ2: «Смурфеччині коси сюди, тоді в екстрактор смурфосутті і нареши її я одержую смурфілятор» [СП2-1].

Неологізм “*smurfilator*” утворений шляхом телескопії. Основний елемент “smurf” додається до іменника “*ventilator*”. Різниця між російським і українським перекладом немає, адже у двох випадках при перекладі був використаний спосіб транслітерації. Це відбулося з тієї причини, що в російській та українській мовах є еквівалент до слова «вентилятор», тому переклад нескладно відтворити. Пристрій, створений Гаргамелем чимось нагадує вентилятор, саме через це слово вентилятор увійшло в основу нового слова. Нове слово несе в собі номінативну функцію. Воно називає предмет побуту Гаргамеля.

Щодо неологізму “*smurf essence*”, то під ним російські перекладачі розуміють «*эликсир*», в той час, як українські пропонують нам «*смурфосуть*». Іменник «*смурфосуть*» був утворений шляхом гаплогії. Саме ж слово позначає рідину, до складу якої входять магичні елементи, які здатні зробити чари Гаргамеля могутнішими. Ми вважаємо український переклад більш доречним, адже перекладачі спромоглися зберегти основний словотворчий елемент, який показує нам, що саме суть смурфів потрібна чаклуну. Тобто український переклад несе в собі більше конкретики, в той час як російський – уникає основний словотвірний елемент і демонструє нам слово у більш широкому значенні.

Не може мова смурфіків обійтися й без окликів, адже вони досить часто бувають емоційними і не соромляться виражати свої почуття. Помітивши цю особливість їхнього характеру та особливість їхньої мови, Патрік констатує факт:

BT: “*You like to use the extremely impressive term “smurf” for just about everything*” [S1], а смурфіки з ним погоджуються і викрикують: “*Smurfxactly*” [S1].

ПТ1: «*Смурфименно!*» [СП1-1].

ПТ2: «*Смурфправильно!*» [СП2-1].

Неологізм “*smurfxactly*” несе в собі значення абсолютної згоди на ту чи іншу пропозицію або абсолютне підтвердження того чи іншого факту. Отож, це нове слово утворено за допомогою телескопії, тобто “*smurf*” + “*exactly*” = “*smurfxactly*”. Крім прийому телескопії, зустрічається ще й елізія. Тобто, для випадіння звуку “e” для полегшення вимови даного слова. Щодо функціональної особливості новотвору в даній ситуації, то ми бачимо, що це експресивна функція та комунікативна, адже ця фраза активно використовується смурфами в процесі спілкування. За основу російського перекладу використали слово «*именно*». За основу українського перекладу – слово «*правильно*». На нашу думку, російський переклад є більш вдалим, адже він несе в собі конотацію рішучого підтвердження сказаного, в той час, як слово «*правильно*» асоціюється в значенні «*за правилами*», що не зовсім точно підходить під контекст.

Коли смурфи перебувають у доброму гуморі, то будь яка справа, за яку б вони не взялися, дуже легко їм дається. Тому, вони кажуть:

BT: “*Smurftastic work*” [S2].

ПТ1: «*Смурфастическая работа!*» [СП1-2].

ПТ2: «*Смурфастично!*» [СП2-2].

Нове слово «*smurftastic*» несе в собі значення «дуже добре виконаної справи». Цей новотвір утворився шляхом телескопії: “*smurf*” + “*fantastic*” = “*smurftastic*”. Нове слово розкриває радість персонажів, а отже реалізовує експресивну функцію. Переклад на російську мову відбувся за допомогою калькування та базувався на слові «*фантастическая*». Що ж до українського вихідного прислівника, то це слово «*фантастично*». Переклади на обидві мови є прикладами гаплогії. Переклад на обидві мови є вдалим. Він розкриває сутність нового слова і є зрозумілим глядачеві.

Не тільки смурфи здатні використовувати неологізми в своїй мові. Хист до цього присутній і у Гаргамеля, тільки замість слова “*smurf*” він користується словом “*garma*”, яке, вочевидь, походить від його власного

імені. Отож, увірвавшись до чарівного світу смурфів він починає трощити їхні будинки і лякати їх кажучи фразу:

BT: “*Prepare for Garmageddon*” [S3].

ПТ1: «*Настал гармагедон*» [СП1-3].

ПТ2: «*Приготуйтеся до гаргамедону*» [СП2-3].

Неологізм “*Garmageddon*” несе в собі значення «кінця». Для смурфів це б означало кінець їхнього життя, адже коли чаклун промовляє цю фразу, то він трощить будинки смурфів і знищує їхнє поселення. Неологізм виконує не тільки номінативну, але й експресивну функцію. Це слово впливає на емоційний стан глядачів, лякаючи їх, повною мірою. Даний іменник утворений шляхом телескопії: “*garma*” та “*armageddon*” поєдналися в одне ціле. З першого погляду переклад є однаковим, але ми звернули увагу на те, що літера “*m*” при перекладі на українську мову перетворилася на літеру “*g*”. Перекладачі, вочевидь, хотіли зберегти якомога більше відповідності до імені чаклуна. Ми вважаємо обидва варіанти перекладу вдалими.

Наступну групу неологізмів становлять слова, які були утворені шляхом суфіксації та префіксації.

Маленькі смурфіки ніколи не бувають скупими на компліменти. Вони досить часто хвалять один одного і підбадьорюють. І по відношенню до людей вони діють так само. Наприклад, коли Патрік збирається на роботу і поправляє краватку, смурфіки дивлячись на його зовнішній вигляд говорять:

BT: “*Someone looks smurfalish!*” [S1].

ПТ1: «*Ты выглядишь просто смурфзамечательно*» [СП1-1].

ПТ2: «*Який у нас дехто смурфновенький*» [СП2-1].

Неологізм “*smurfalish*” утворений за допомогою суфіксації, тобто до словотворчого елемента «*smurf*» додали суфікс “*-ish*”. Цей суфікс виконує функцію іронізації. На нашу думку, в даному випадку неологізм “*smurfalish*” базується на іменнику “*leash*”. Краватка Патріка смурфам нагадує повідець для собак, тому при промовлянні цієї фрази лунає іронія, тобто неологізм містить в собі фонетичний підтекст. З іншого боку, цей неологізм побудований

на словах, які характеризують зовнішній вигляд, наприклад: “*stylish*” або “*coolish*”.

В даному прикладі ми можемо спостерігати таке явище, як фонетичний каламбур, який майже неможливо відтворити при перекладі. Тому, перекладачі використовують компенсаційний переклад. В обох перекладах беруться за основу слова, які показують схвалення зовнішнього вигляду. Російські перекладачі взяли за основу слово «*замечательно*», в той час як українські використали слово «*новенький*». Обидва нових слова при перекладі утворені шляхом словоскладання. До основного елементу «*смурф*» додали слова «*замечательно*» та «*новенький*». Ми вважаємо доречнішим російський переклад, адже він показує вищу ступінь задоволеності, а український переклад підкреслює зміни у зовнішньому вигляді Патріка, яких кардинально не було. Отож неологізм в даному випадку несе в собі номінативну та експресивну функцію. Він демонструє глядачам стан захвату.

Всі смурфи знають, що Смурфетта була створена Гаргамелем, але Тато перетворив її на добру смурф-дівчинку. Отож, коли вона знову потрапила до рук Гаргамеля, він назвав її:

ВТ: “*Pseudosmurf*” [S3].

ПТ1: «*Недосмурфик*» [СП1-3].

ПТ2 : «*Псевдосмурф*» [СП2-3].

Неологізм “*pseudosmurf*” означає «*несправжній*». Гаргамель так назвав Смурфетту, тому що насправді її створив він, злий чаклун, а Тато Смурф тільки перетворив її зі злої істоти на доброго смурфа. Функція неологізму в цьому випадку – номінативна. Неологізм “*pseudosmurf*”, був утворений шляхом префіксації. Префікс “*pseudo-*” додали до основного елементу “*smurf*”. Українські перекладачі вдалися до прийому калькування і ми вважаємо їхній переклад більш вдалим. Його легше сприймати і розуміти. При перекладі цього слова на російську мову, ми б запропонували варіант «*псевдосмурфик*», замість «*недосмурфик*».

На початку третього фільму про смурфів, в ситуації, коли Гаргамель схопив Смурфетту і посадив її в клітку, вона вигукує:

BT: “*Let me out of here, you **Smurf obsessed** wannabe wizard*” [ST3].

ПТ1: «*Отпусти меня, зацикленный на смурфиках колдун недоучка*» [СП1-3].

ПТ2: «*Впусти мене, смурфодержимий нібичаклуне*» [СП2-3].

Неологізм “*smurf obsessed*” має значення «одержимий ідеєю». Гаргамель був шалено одержимий бажанням зловити всіх смурфів і отримати жадану магію. Неологізм “*smurf obsessed*” виконує номінативну функцію. При перекладі на російську мову перекладачі вдалися до описового перекладу, в той час як українські використали прийом калькування. Неологізм «*смурфодержимий*» був утворений шляхом словоскладання «*смурф*» + «*одержимий*». Ми вважаємо, що і в російському перекладі можна було б зберігти словотворчий елемент «*смурф*» при перекладі і перекласти слово, як «*смурфодержимый*». Таким чином, слово було б більш лаконічним і точним.

В середині цієї групи можна виділити неологізми, які утворені за моделлю N + N або словоскладанням.

На початку історії про смурфів, коли змальовується їхнє поселення, вони летять на лелеках і один із них вигукує:

BT: “*Yeah! I love **smurfberries**. The blue ones are mine*” [S1].

ПТ1: «*Люблю смурфинику*» [СП1-1].

ПТ2: «*Люблю смурфіниці*» [СП2-1].

Неологізм “*smurfberries*” має значення рослинного їстівного плоду. У нашому світі аналогічні ягоди це “*strawberry*”, “*blueberry*” та інші. Ягода смурфів дуже схожа на полуницю, яку їдять люди. Однією різницею є колір. Полуниця – червона, а в їхньому світі ягода – блакитна, тому що блакитний колір є домінантним у світі смурфів. Отож, неологізм реалізовує номінативну функцію та естетичну. Він дає назву улюбленому продукту смурфів та насичує глядачів почуттям задоволення. Сам іменник “*smurfberries*” був утворений шляхом складання основ слів: “*smurf*” + “*berry*”. При перекладі на російську

мову, перекладачі взяли за основу іменник «*клубника*», а українські – «*полуниця*». Слова, які з’явилися при перекладі, утворилися таким чином: «*смурф*» + «*клубника*» = «*смурфиника*»; «*смурф*» + «*полуниця*» = «*смурфіниця*», тобто шляхом телескопії. Обидва переклади ми вважаємо адекватними, адже перекладачам вдалося зберегти при перекладі основний словотворчий елемент «*смурф*» і поєднати його з денотатом людського світу.

Цікавим прикладом неологізму є словосполучення “*Smurf village*”. Воно згадується в ситуації, коли смурф Наратор розповідає про місце, де вони живуть:

ВТ: “*In Smurf village each and every smurf plays their own special pad*” [S1].

ПТ1: «*В деревне смурфиков у каждого смурфика своя особая роль*» [СП1- 1].

ПТ2: «*У смурфському селі кожнісінький смурф грає свою особливу роль*» [СП2-1].

Неологізм “*Smurf village*” дає назву місцю, де мешкають маленькі герої. Їхнє поселення дуже схоже на маленьке місто, в якому мешкають люди. У кожного є свій будинок, вулиця. Новотвір утворений за моделлю N+N, за аналогією з одиницями людської мови, наприклад *Hilton village* у США. У цьому випадку неологізм виконує, як номінативну функцію, тобто показує нам місце проживання головних героїв, так і експресивну функцію, тобто посилює наш інтерес та зацікавленість до загадкової історії. В даному епізоді режисери вирішили використати закадровий голос розповідача, який допомагає нам поринути в історію, зацікавити нас. Початок анімаційного фільму перегукується з початком дитячих казок. При перекладі, перекладачі обох мов використали спосіб калькування і глядачам переклад є зрозумілим, адже в нашому світі також існують денотати «село» та «деревня».

Наступним прикладом нового словосполучення є ситуація, в якій Гаргамель, сидячи на лавочці і розмірковує:

ВТ: “*Then, I could make some Smurf magic*” [S1].

ПТ1: «*Даже малости хватило бы для моей смурфмагии*» [СП1-1].

ПТ2: «Мені б вистачило, щоб зробити *смурфські чари*» [СП2-1].

Неологізм “*Smurf magic*” означає, що Гаргамель максимально намагався досягти рівня «*смурфомагії*», і в глибині душі, він вважає рівень своєї магії не найвищим. Функція, яку реалізовує неологізм у цьому прикладі – це номінативна. Сам новотвір був утворений шляхом N+N. При перекладі на російську мову перекладачі поєднали основи слів: «*смурф*» + «*магія*» за допомогою поєднуючої голосної літери «о». Українські також використали прийом калькування. На нашу думку переклад на російську мову є більш вдалим. Слова повністю співпадають з артикуляцією героїв і крім того російське слово є лаконічним.

Ще одним прикладом неологізму є епізод, коли Гаргамель зі своїм котом шукають смурфіків і раптом він бачить Патріка, який біжить до магазину і вигукує йому в слід такі слова:

ВТ: “*Stop! Stop! Smurf thief! Smurf thief!*” [S1].

ПТ1: «*Остановите! Остановите! Это смурфвор*» [СП2-1].

ПТ2: «*Зупиніть! Зупиніть! Смурфовикрадач!*» [СП2-1].

Новотвір “*Smurf thief*” має значення викрадення, в даному випадку смурфа.

Цю фразу чаклун адресує тільки Патріку, тому що іменник “*Smurf thief*” (в цій ситуації) може зрозуміти тільки він. А отже в цьому випадку неологізм виконує не тільки номінативну, а й комунікативну функцію, тобто використовується в комунікації між людьми. Як бачимо в анімаційному фільмі, це слово зі світу смурфіків вже перейшло до світу людей. У вихідній мові нове словосполучення утворено за допомогою моделі N+N. Переклад на українську мову та російську був створений шляхом калькування, за допомогою словоскладання. В російській мові: «*смурф*» + «*вор*» = «*смурфвор*». В українській мові: «*смурф*» + «*викрадач*» = «*смурфовикрадач*». В обох випадках для поєднання слів з’являється поєднуючий голосний «о». Переклад в обох мовах ми вважаємо вдалим і зрозумілим глядачам при перегляді.

Протягом усього фільму Смурфіки потрапляють у різні небезпечні ситуації. У епізоді, коли смурф Гатсі пропонує побудувати міст, щоб врятувати іншого смурфа Кламсі, він каже слова:

ВТ: “*We'll form a **Smurf bridge** to get you*” [S1].

ПТ1: «*Мы сейчас построим **смурфомост***» [СП1-1].

ПТ2: «Ми побудуємо **смурфоміст**, щоб врятувати тебе» [СП1-1].

“*Smurf bridge*” це неологізм, утворений на основі існуючих слів з використанням заміни елемента, за моделлю N+N. У людському світі існують такі мости: Brooklyn Bridge, London Bridge і по аналогії з ними, утворено «смурфський» іменник. На екрані ми бачимо, як смурфіки стають один на одного і формують у висоту щось нахталт мосту, по якому можна пройтись. За формою він нагадує міст, який існує у людському світі. Під час цього епізоду грає тривожна мелодія, яка підсилює напругу та підігриває інтерес до подій, які розгортаються прямо над прірвою з водоспадом. Неологізм виконує номінативну функцію, яка допомагає показати дружні стосунки між героями та готовність завжди прийти на допомогу. Перекладачі обох мов скористувалися методом калькування. Український неологізм був утворений шляхом складання слів: «*смурф*» + «*міст*», а російський: «*смурф*» + «*мост*». В перекладах на обидві мови для поєднання слів використали з'єднуючий голосний «o». Переклад на обидві мови є вдалими легкими для розуміння.

На початку мультфільму Кламсі заходить до Тата в дім та просить у нього ліки при цьому кажучи:

ВТ: “*A couple guys got smacked in the face, so I thought I'd make some **smurf root***” [S1].

ПТ1: «*Там ребята насажали себе синяков и я пошел за примочками из **смурфокорня**, чтобы у них зажило побыстрее*» [СП1-1].

ПТ2: «*Декілька хлопців побилися, тому я пішов за примочками із **смурф'ячого кореня***» [СП2-1].

“*Smurf root*” означає лікарський препарат, який люди також використовують в повсякденному житті, тільки у нас це “*mandrake root*” або

“*ginger root*”. Щодо функції неологізму, то це номінативна. Вона дає назву лікам блакитних чоловічків. Неологізм утворений за моделлю N+N з лексичною заміною першого компонента словосполучення. Наприклад: “*mandrake root*” → “*smurf root*”. Українські та російські перекладачі використали метод калькування, але новотвір, який при цьому виник при перекладі, утворений різними способами. В російському перекладі з’явилося складне слово, утворене шляхом зливання основ двох слів: «*смурф*» + «*корінь*» з голосною буквою «о», яка їх об’єднує, а в українській мові переклали словосполученням «*смурф’ячий корінь*». Обидва переклади є вдалими.

Є серед смурфіків і такі, що відповідають за організацію вечірок та святкових подій. Такого смурфа звать *Blogger* (Блогер). Одного разу Смurfетта підійшла до нього і спитала, чи буде щось цікаве сьогодні. На що він відповів, що буде фестиваль та додав:

BT: “*I’ve got it all over the Smurf Web. It’s got 101 likes on Smurf book*” [S2].

ПТ1: «*Я везде пишу о нем в смурфенетте. У меня уже 101 лайк в смурфбуке*» [СП1-2].

ПТ2: «*Я розшарю це на весь смурфонет. У мене вже 101 лайк у смурфбуці*» [СП2-2].

Як ми бачимо, у даному прикладі є два неологізми: “*Smurf book*” та “*Smurf Web*”. Перший новотвір означає соціальну мережу, в якій смурфи мають свої сторінки і спілкуються один з одним. Щоб мати змогу користуватися таким сайтом їм потрібен «*Smurf Web*», тобто «*Internet*». Загалом ці два неологізма виконують як інформативну, так і пізнавальну функцію. Вони збагачують освітньо-культурну сферу глядачів та надають інформацію про науково-технічний прогрес. Неологізм “*Smurf book*” був утворений за моделлю N + N, перший компонент якого змінюється: “*Face book*” → “*Smurf book*”. Під неологізмом “*Smurf Web*” розуміється “*Internet*”. Ми вважаємо, що перекладачі дуже вдало переклали неологізми та ввели

дієслово «розшарю» при перекладі на українську мову. Це сленгове слово підкреслює те, що смурфи прогресивні маленькі створіння.

Наприкінці другої частини про смурфів, син Патріка і Грейс, Блу вживає слово: “*Smurf dog*” [S2]. («Смурф дог») [СП1-2]. («Смурф дог») [СП2-2].

Неологізм “*Smurf dog*” позначає назву корму, виробництвом якого, ймовірно, в найближчому часі буде займатися дідусь хлопчика Віктор. Кукурудза в цьому кормі буде такого ж кольору, як і смурф, тобто блакитного. Нове слово виконує номінативну функцію. В нашому світі можна провести аналогію з відомим кормом для собак “*Dog Chow*”. В такому випадку відбулася лексична заміна слова “*Chow*” на іменник “*Smurf*”. Використавши прийом транслітерації, українські та російські перекладачі досить вдало виконали переклад.

Коли смурфи хочуть обійнятися з Патріком вони вигукують: “*Smurf hug!*” [S1]. («Обнімемся») [СП1-1]. («Смурфаймось») [СП2-1].

Неологізм “*Smurf hug*” у світі смурфів означає виражати почуття ніжності та дружби. Обіймання показують їх єдність та нерозлучність. На нашу думку новотвір виконує як естетичну, так і експресивну функцію. На екрані глядачі спостерігають, як вигукуючи цю фразу маленькі герої демонструють свої дружні стосунки. Атмосфера довкола стає теплою та приятельською завдяки емоціям на обличчях маленьких героїв та приємній мелодії.

Нове слово “*Smurf hug*” утворено за словотвірною моделлю N + N. Ми вважаємо, що переклад на українську є більш вдалим, адже він зберігає в собі елемент «*смурф*», в той час як російській переклад зовсім його не містить.

Розглянувши другу групу новотворів, можна зробити висновок, що слова з словотвірний елемент “*smurf*” вдало використовується разом зі словами, які вже існують в людському світі. І це допомагає показати нам єдність з героями казкового світу.

Важливо зазначити, що смурфіки легко видозмінюють будь-які сталі вирази. Можна знайти багато шляхів, якими трансформуються фразеологізми

в мові анімаційних персонажів. Можлива заміна компонентів, уклинювання слів і перемінних сполучень, яке часто ускладнене лексичними змінами та додаванням перемінних компонентів і синтаксичних деформацій.

Наприклад, смурфіки відважно проникають до світу людей, щоб врятувати Кламсі. Все треба зробити швидко і тихо. Тому, коли чуються кроки за дверима, смурфи в паніці вигукують:

ВТ: “*Come on, put a little smurf into it!*” [S1].

ПТ1: «*Смурфее*» [СП1-1].

ПТ2: «*Давайте всі разом*» [СП2-1].

Лексична заміна всередині вихідного фразеологізму “*to put smth into smth*” уреальнює ситуацію, додає їй динамізму та емоційності. Український відповідник позбавляє мову смурфіків незвичності. Маленькі блакитношкірі істоти, здається, розмовляють нашою, людською мовою. Натомість в перекладі на російську мову збережено і «чужість» мови казкових істот, і зв’язок вигуку із ситуацією. На наш погляд, український переклад потребує редагування. Наприклад, можна було б поєднати «*смурф*» зі «*скоріше*» і перекласти згаданий вислів так: «*Давайте, смурфіше!*».

У небезпеці, коли ще трохи, і смурфіками поласує пес, вони репетують:

ВТ: “*Smurf for your lives!*” [S1].

ПТ1: «*Смурфайся, хто может!*» [СП1-1].

ПТ2: «*Рятуйся хто може!*» [СП2-1].

Англійське “*run for your lives*” набуває оказіонального характеру за рахунок заміни дієслова “*to run*” смурфійським відповідником “*to smurf*”. Переклад на російську мову допомагає зберегти ситуативну оказіональність фразеологізму і специфічні лексичні одиниці мови смурфів. А в українській мові перекладач, як бачимо, нехтує можливістю видозміни в цільовій мові, через що мова героїв в нього нічим не відрізняється від людської. На нашу думку, панічну фразу смурфіків можна перекласти, як «*Смурфуйся хто може!*», поєднавши «*смурф*» та «*рятуйся*».

Коли смурфи бачать щось незвичайне, що їх дивує чи шокує, вони використовують: *“Oh, my Smurf”* [S1]. («*Осмурфеть!*») [СП1-1]. («*О мій Смурф!*») [СП2-1].

Неологізм *“Oh, my Smurf”* вжито замість *“Oh, my God!”* і це значить, що у них теж є свій Бог і він виглядає, як смурф. Антропоморфізація божества за аналогією з людьми, які цьому божеству вклоняються загальновідома світовій культурі. Ми вважаємо український переклад більш вдалим, адже він показує те, що в світі смурфів є Бог, як і у світі людей, а російський переклад позбавляє глядачів можливості це зрозуміти.

Іноді смурф Брейні потребує паузи і прохає:

ВТ: *“Wait a smurf”* [S1].

ПТ1: «*Смурфуточку*» [СП1-1].

ПТ2: «*Смурфиночку*» [СП2-1].

У даному неологізмі під словом *“smurf”* мається на увазі слово *“minute”*. Тобто, відбувається лексична заміна всередині сталого виразу. Отож, цей вираз глядачі розуміють, як *«почекай хвилиночку»*. В анімації на російській мові ми чуємо варіант, який корелює зі словом людського світу *«минуточку»*, в той час, як за основу українського перекладу використали слово *«хвилиночку»*. На наш погляд, обидва варіанти є вдалими і влучно вписуються в контекст ситуації.

У світі смурфів є пісня, яку вони всі знають і завжди співають. Це, свого роду, гімн їхнього містечка. В цій пісні є такі слова:

ВТ: *“Smurf the whole day long!”* [S1].

ПТ1: «*Смурфим день за днем*» [СП1-1].

ПТ2: «*Цілий день смурфай*» [СП2-1].

У вихідному варіанті: *“play the whole day long”*. Ми бачимо, що відбулася заміна дієслова *“play”* на дієслово *“smurf”*. Неологізм допомагає розкритися номінативній функції. Він називає дію, яку смурфи роблять кожного дня.

В українському перекладі слово «*смурфай*» перекликається зі словом «*грай*». Російське вихідне слово зрозуміти важко, тому український переклад є більш вдалим.

У ситуації, коли смурфи потрапляють до магазину іграшок, всі люди дивуються їхньому вигляду, адже до цього вони не здогадувалися про існування таких істот. Одна з дівчат бере Кламсі на руки і він вигукує:

ВТ: **“*Keep your smurfs to yourselves*”** [S1].

ПТ1: **«*Осмурфите свои руки*»** [СП1-1].

ПТ2: **«*Держіть свої смурфи при собі*»** [СП2-1].

Значення всієї фрази розкривається завдяки візуалізації. Тільки по співвідношенню до епізоду на екрані, ми можемо зрозуміти, що під словом “*smurfs*” мається на увазі слово “*hands*”. Отож, вихідна фраза: “*Keep your hands to yourselves*”. При перекладі на українську мову, перекладачі скористувалися методом калькуванням, що не є вдалим, адже для глядачів не зовсім зрозумілим є слово «*смурфи*». Ми вважаємо російський переклад більш доречним, адже завдяки тому, що слово «*осмурфите*» перегукується зі словом «*уберите*», яке є у нашій мові, глядач краще розуміє суть сказаного. Український же переклад можливо повністю збагнути лише при наявності візуального образу.

Дуже доброзичливі казкові створіння бажають людям гарного дня. На їхній мові це звучить як:

ВТ: **“*Have a smurfy day*”** [S1].

ПТ1: **«*Смурфятного дня*»** [СП1-1].

ПТ2: **«*Веселися не журися*»** [СП2-1].

У мові людей замість слова “*smurfy*” вживається слово “*good*” або “*nice*”. Нове слово виконує експресивну функцію, тобто впливає на настрій глядачів, а саме робить його більш бадьорим. Аналізуючи ці два переклади, ми бачимо, що українські перекладачі підібрали аналогічний за змістом фразеологізм, але проігнорували фразотворчий елемент, який там є. Фразеологізм передає семантику, але не вписаний в особливості мови героїв. На наш погляд,

російські перекладачі влучно поєднали слова «*смурф*» і «*занятого*» шляхом телескопії.

На початку історії про смурфів, Кламсі забігає до будиночку Тата і висловлює йому своє прохання:

BT: “*Papa, you’re smurf out of smurf root. I’ll pick some*” [S1].

ПТ1: «*Папа, у тебе кончилися смурфокорни*» [СП1-1].

ПТ2: «*Батько, у вас засмурфився смурфокорінь*» [СП2-1].

Дієслово «*smurf out*», яке є неологізмом, має значення «закінчитися». В середині даного неологізму відбулася лексична заміна. Фразове дієслово “*smurf out*” замінило дієслово “*run out*”, яке зазвичай люди використовують у повсякденному житті. Як бачимо, при перекладі на російську мову, перекладачі не передали основний словотворчий елемент. Українські ж перекладачі спробували зберегти цей елемент при перекладі, додавши, скоріш за все, закінчення слова «*закінчився*» до основного елемента «*смурф*».

Смурфіки намагаються знайти спосіб потрапити до дому і для цього їм потрібно поїхати на роботу з Патріком. Вони просять Кламсі залишитися вдома і, вибігаючи на вулицю, кажуть:

BT: “*Smurf away! Let’s smurf this joint*” [S1].

ПТ1: «*Поднять смурфоря! Полный смурфед!*» [СП1-1].

ПТ2: «*Смурфоруш! Смurfуймо разом!*» [СП2-1].

У вихідному варіанті фраза звучить так: “*Go away! Let’s blow this joint*”. В цьому випадку неологізм реалізовує номінативну функцію та експресивну. Фраза насичена піднесеним духом смурфів. Щодо способу словотвору, то відбулася лексична заміна дієслова “*go*” на слово “*smurf*” і дієслова “*blow*” на словотвірний елемент “*smurf*”. При перегляді анімаційного фільму українською мовою, ми розуміємо, що перекладачі поєднали елемент «*смурф*» з дієсловом «*руш*» і «*смурф*» з дієсловом «*крокуймо*». Російська ж версія анімації взяла за основу перекладу словосполучення «*поднять якоря*» та «*полный вперед*». Обидва варіанти переклади є вдалимими, не дивлячись на те, що за основу їх створення були взяті різні лексичні одиниці.

Набравшись сміливості і твердо вирішивши рятувати свого Тата, смурфіки зібралися в коло і виголосили гучно фразу:

ВТ: *“All for one and one for Smurf”* [S1].

ПТ1: *«Один за всех и все за смурфика!»* [СП1-1].

ПТ2: *«Один за всіх і всі за смурфіка!»* [СП2-1].

Фразеологізм *«All for one and one for Smurf»* – це девіз, який означає підтримку колективом всіх його членів. У вихідному тексті ця фраза звучить так: *“All for one and one for all!”* Ми бачимо, що всередині фразеологізму відбулася лексична заміна. Слово *“all”* було замінено словом *“Smurf”*. Отож, українські та російські перекладачі вдалися до прийому калькування і вдало його реалізували. Ця фраза показує наскільки єдиними є смурфи. Вони готові піти на все задля врятування Тата. Неймовірно потужна мелодія, яка лунає під час проголошення цієї фрази, надає впевненості бойовому духу маленьких героїв.

Смурфи з великою повагою та шаную відносяться до своїх будиночків, які вони називають *“mushroom”*, адже вони за розміром та формою нагадують гриби. Тому, потрапивши до світу людей і залишаючись у Патріка в оселі, вони називають її також *“mushroom”*. Коли настав час рятувати одного зі смурфів, Тато просить Кламсі залишитися вдома у Патріка та Грейс і прохає:

ВТ: *“Smurf an eye on the mushroom!”* [S1].

ПТ1: *«Посмурфожи гриб!»* [СП1-1].

ПТ2: *«Посмурфуєш грибок!»* [СП2-1].

Неологізм *“smurf an eye”* вживається в значенні «стежити за безпекою» (в даному випадку безпекою дому). Неологізм виконує номінативну функцію, адже дає назву дії. В світі людей вживається фраза *“keep an eye”*. Отож, дієсловом *“smurf”* замінили вихідне слово *“keep”*, а під словом *“mushroom”* розуміється слово *“house”*, адже смурфи живуть у будинках, які схожі на гриби. Отож, у світі людей фраза звучить як: *“Keep an eye on the house”*. За основу російського перекладу взято слово *«посторожи»*, а українського –

«*вартувати*» (*повартуєш*)). Перекладачі обох мов вдало відтворили переклад і він є зрозумілим глядачам.

Не менш цікавий приклад зустрічається в ситуації на початку другої частини, коли смурфи відправляються додому. Чекаючи їхнього повернення, Грейс вигукує:

BT: “*Smurf back soon*” [S2].

ПТ1: «*Смурфозвозращайтесь поскорее*» [СП1-2].

ПТ2: «*Присмурфайте ще*» [СП2-2].

Новотвір “*smurf back*” несе в собі значення «повернення до світу людей знову», адже пригоди смурфів закінчилися і їм потрібно повертатися додому. У нашому світі, ми кажемо “*go back*”, коли запрошуємо когось знову у гості.

Неологізм виконує не тільки номінативну, але й комунікативну функції. Ми бачимо, що це слово використовує людина, яка запозичила його з мови смурфів. В середині цього сталого виразу відбулася лексична заміна. Дієслово “*go*”, яке люди використовують у своєму світі, було замінене на дієслово казкових персонажів “*smurf*”. Отож, російські перекладачі скористалися способом калькування, поєднавши два слова «*смурф*» та «*возвращайтесь*» шляхом телескопії, в той час, як українські – взяли за основу слово «*приїжджати*» і замінили корінь цього слова основним елементом «*смурф*». Обидва переклади ми вважаємо вдалими. Вони ясно відображають ідею сказаного і є простими в розумінні і сприйнятті глядачами.

Проаналізувавши три великі групи слів ми бачимо, що смурфіки намагаються увібрати в свою мову як можна більше фраз та виразів, які люди використовують у своєму світі в повсякденному житті, замінюючи так звані «людські» слова на свої власні, але зміст новоутворених виразів нам стає цілком зрозумілий завдяки різноманітним історіям, в які потрапляють маленькі герої. Функція, яка при цьому виконується неологізмами – це емоційно-експресивна, оскільки дані приклади виражають певні почуття і відтінки емоцій, які є важливим для глядача та номінативна, яка полягає у

тому, що неологізм несе певну інформацію про події ситуації та називає різні явища.

Слід відмітити і випадки комунікативної функції, адже неологізми смурфів використовувалися й людьми в їхньому світі. Дуже цікаво проаналізувати як саме дієслово “*to smurf*” використовується як фразове, перекладається та змінює своє значення у повсякденних діалогах смурфіків. Щодо способу словотвору, слід зауважити, що частіше за все використовується такий спосіб словоскладання, як зливання основ слів або контамінація, тобто включення до складу відомої мовної одиниці компонента, тематично пов'язаного з ідеєю анімаційного фільму і суфіксація.

Слід також додати, що були проаналізовані російський та український переклади. Частіше за все вони були обидва вдалими. Перекладачам вдалося найкращим способом перекласти нові слова, зробити їх доступними та зрозумілими глядачам. В процесі перекладу новотворів, вони вдавалися частіше за все до способу калькування та контекстуального перекладу. Надалі в роботі буде подаватися таблиця з наглядним прикладом вихідної фрази та варіантів російського та українського перекладів.

Не тільки переклад зробив серію анімаційних фільмів “The Smurfs” такими відомими. Слід відмітити блискучу роботу аніматорів, завдяки яким анімація є дуже правдоподібна. Маленькі герої, потрапляючи до світу людей, і справді немов би стають частиною людського світу. Казкова атмосфера анімаційного фільму створювалася завдяки й музичному супроводу. Мелодія надихала глядачів то на радісні емоції, то навіювала страх, то заставляла сподіватися на краще. Дуже добре сценаристи продумали сценарій. Вони внесли свій креатив, який неможливо не помітити. Кожна репліка, кожне слово розкривало все більше сутність персонажів. Незважаючи увагу на сумні епізоди анімаційного фільму, він все ж є позитивним. Всі вищеописані елементи, з яких складається анімація, зробили її відомою на весь світ.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило дійти наступних висновків.

«Анімаційний» та «мультиплікаційний» фільм відрізняються між собою процесом створення (в анімаційних фільмах деталізація персонажа є більш точною, на відміну від мультиплікації), акцентуванням різних сторін процесу (тобто анімація приділяє увагу результату всього процесу, а мультиплікація тому, як це робиться).

Анімаційний фільм може сприйматися як креолізований текст, тому що він складається з вербального коду, візуального та аудіального. Вербальну складову анімації можна розглядати, як різновид художнього тексту.

Проаналізувавши існуючі визначення терміну «неологізм», ми прийшли до висновку, що всі вони є суттєвими для перекладацької практики, але не можуть вважатися вичерпними. В роботі запропоновано поєднати найсуттєвіші дефініційні ознаки і трактувати неологізм як нове за значеннями або за формою і значеннями слово, яке створено за останні декілька років або запозичене з іншої мови за потреб спілкування, яке сприймається та використовується в комунікації носіями даного мовного суспільства.

В роботі зазначено такі критерії виокремлення неологізму в вихідному тексті: по-перше – це нове лексичне утворення, яке виникає через суспільну необхідність позначати нові предмети або явища. По-друге – це слова, які виникають за пам'яті певного покоління. По-третє – це одиниця, яка функціонує в мові віднедавна.

Були розглянуті різновиди та способи утворення нових слів, а також основні способи перекладу. За основу була взята класифікація, запропонована В. Н. Комісаровим, який виділив чотири основних способу перекладу: транскрипція, транслітерація, калькування та описовий переклад. Щодо способів словотвору, то найбільш продуктивними виявилися: афіксація, словоскладання, конверсія та скорочення. Крім того виділяють другорядні

способи утворення слів, які є непродуктивними. Серед них: звукообмін, зміна наголосу, подовження, звуконаслідування, зворотня деривація, зливання слів та лексикалізація.

Неологізми в анімаційному кінотексті подібно до нових слів в тексті художньому, виконують такі функції:

- номінативну, яка є основною функцією художнього тексту і надає певну інформацію про предмет;
- експресивну, яка відповідає за емоційне забарвлення тексту, за вираження емоцій, почуттів;
- фатичну, яка підтримує контакт і розглядається як актуалізація «каналу зв'язку»;
- металінгвістичну, що пояснює незрозумілу адресату одиницю коду;
- комунікативну, яка виступає і реалізовує себе в процесі спілкування людей один з одним, а також: виховну, інформативну та пізнавальну функції.

Методика перекладознавчого аналізу нових слів, з нашої точки зору, включає наступні етапи: перший етап – ідентифікація неологізму. Другий етап – уточнення його статусу, завдяки сформульованим раніше критеріям. Третій етап – визначення типу неологізму. Четвертий етап – визначення способу словотвору. П'ятий етап - встановлення функцій новотвору. Шостий етап – встановлення значущості неологізму для сюжетно-композиційного контексту і на останньому сьомому кроці, всі ці етапи проходяться в перекладеному тексті, тобто оцінюється переклад і його адекватність.

У практичній частині на прикладі серії анімаційних фільмів “The Smurfs” були проаналізовані групи неологізмів, які казкові смурфи використовують у повсякденній мові.

Ми звернули увагу на те, що в межах представлених груп ключовий компонент “*smurf*” є основою практично всіх нових слів, але і сам по собі він може виступати в функції різних частинах мови. Він може бути полісемічним.

Головною проблемою для перекладача є те, що потрібно зрозуміти в якому контексті і значенні вживається нове слово. Найчастіше це можна

зробити на основі візуального ряду, що зайвий раз підкреслює креолізованість анімаційного фільму.

Отож, до першої групи ми віднесли неологізми, які були авторськими okazіоналізмами і не мали опори на впізнавану лексичну одиницю. Таких неологізмів виявилось 24 відсотки. До другою групи належать новотвори, які були створені автором на основі вже існуючих слів в англійській мові. Таких прикладів в нашій роботі ми налічуємо 47 відсотків. Третя група представляє собою трансформовані фразеологізми. Тобто, неологізм замінює ту чи іншу лексичну одиницю всередині вихідної фрази. В роботі представлено 29 відсотків таких прикладів. Отож, друга група є найчисельнішою.

Слід зазначити, що неологізми вихідної мови, утворюються, частіше за все, шляхом телескопії, заміни морфеми або конверсії.

До всіх неологізмів, які створили ці казкові істоти, у людей пробуджується інтерес. Тому що, по-перше, нові слова створені автором в анімаційному фільмі “The Smurfs”, відрізняються простотою, доступністю та гнучкістю. Крім того, вони емоційно-експресивно забарвлюють мову. А по-друге, формування та використання неологізмів в серії анімаційних фільмів “The Smurfs” відбувається завдяки неофіційності неологізму, непередбаченості, спонтанності. Нові слова прикрашають усно-діалогічні форми спілкування, насичують їх новими змістами.

Аналізуючи і порівнюючи український та російський переклади, ми можемо підсумувати, що в процесі трандуктивної діяльності перекладачі найчастіше звертаються до контекстуального перекладу та калькування. Переклад є досить адекватним, але ми помітили, що це можливо в тому випадку, коли перекладачі враховують характер персонажів, особливості їх мови, їх психологію, ситуацію та контекст, в яких вжито нові слова.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева И. С. Письменный перевод : учеб. пособие. Санкт-Петербург : Союз, 2006. 368 с.
2. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : учеб. пособие. Москва : Издательский центр «Академия», 2003. 128 с.
3. Анімація vs мультиплікація. URL: <https://videoinfographica.com/animaciya-vs-multiplikaciya-v-chyom-raznic/> (дата звернення: 06.08.2020).
4. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка : учеб. пособие. Москва : ФЛИНТА : Наука, 2012. 376 с.
5. Бодрова А. А. Конструирование гендера в кинотексте (на материале американского варианта английского языка) : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Нижний Новгород, 2009. 24 с.
6. Бюлер К. Теория языка : Репрезентативная функция языка : учеб. пособие. Москва : Прогресс, 2000. 501 с.
7. Винникова Т. А. Моделирование механизмов понимания кинотекста : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Барнаул, 2010. 23 с.
8. Гак В. Г. Новые слова и новые словари: уч. пособие / под ред. Н. З. Котеловой . Санкт-Петербург : Наука, 1983. 223 с.
9. Галич О. А., Назарець В. М., Васильєв Є. М. Теорія літератури : навч. посіб. Київ : Либідь, 2005. 488 с.
10. Горшкова В. Е. Особенности перевода фильмов с субтитрами. *Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М. Ф. Решетнева*. Красноярск, 2006. №3. С. 141–144.

11. Джамбруно М. Трёхмерная графика и анимация : учеб. пособие. 2-е изд. Москва : изд. дом «Вильямс», 2002. 624 с.
12. Долин А. Кино и дети. Небольшой ликбез на тему воспитательной функции кинематографа. *Коммерсантъ Quality*. 2015. № 4 (85). С. 58.
13. Елисеева В. В. Лексикология английского языка : учеб. пособие. Санкт-Петербург : СпбГУ, 2003. 44 с.
14. Ермакова О. П. Лексические значения производных слов : уч. пособие. Москва : Наука, 1984. 150 с.
15. Жлуктенко Ю. А., Березинский В. П., Борисенко И. И. Английские неологизмы : книга. Киев : Наукова думка, 1983. 154 с.
16. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка : учеб. пособие. Москва : Вища школа, 1989. 126 с.
17. Зацний Ю. А. Про деякі тенденції в словотвірних процесах сучасної англійської мови. *Нова філологія*. Запоріжжя, 2014. №64. С. 162–170.
18. Иванова Н. К. Лексикология английского языка. *English Lexicology*: уч. пособие. Иваново : Ивановский государственный химико-технологический университет, 2009. 44 с.
19. Ильина А. Н., Кибасова С. Г. Словообразование в современном английском языке : уч. пособие. Санкт Петербург : СПбГУЭФ, 2012. 90 с.
20. Кашкин В. Б. Анализ текста в подготовке переводчика : материалы XL междунар. филол. (г. Санкт-Петербург, 14–19 марта 2011 г.) Санкт-Петербург, 2011. С. 49–57.
21. Классификация неологизмов. URL: <https://studfile.net/preview/4631116/page:2/> (дата звернення: 04.09.2020).
22. Козаченко І. В. Особливості перекладу неологізмів англійської мови. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Переяслав-Хмельницький, 2016. №25. Т. 2. С. 166–168
23. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : учеб. пособие. Москва : Высшая школа, 1990. 253 с.

24. Кропінова Т. В. Переклад кінотексту : специфіка кінотексту як перекладацького об'єкта. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2009. № 6. С. 407–411.
25. Крюкова Н. Н. Ways of formation and translation of occasional words in fiction. URL: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/107/4884/> (дата звернення: 15.09.2020).
26. Крюкова И. А. Современный кинематограф как средство формирования толерантности у молодежи. URL: <https://moluch.ru/archive/135/37719/> (дата звернення: 26.07.2020).
27. Куракина С. Н. Формирование языка-посредника правового общения институтов Евросоюза в условиях многоязычия : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Москва, 2015. 202 с.
28. Лотман, Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики : Об искусстве. СПб : Искусство-СПб, 1998. 288 с.
29. Мешков О. Д. Словообразование современного английского языка : учеб. пособие. Москва : Наука, 1985. 176 с.
30. Михайлов Н. Н. Теория художественного текста : учеб. пособие. Москва : Издательский центр «Академия», 2006. 224 с.
31. Москальская И. О. История немецкого языка : учеб. пособие. Санкт-Петербург : Просвещение, 1959. 390 с.
32. Неологізм. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Неологізм#:~:text=Неологізм%5Вред.,%7C%20ред.&text=Неологізм%20\(від%20грецдо%20державної%20та%20загальноживаної%20мови](https://uk.wikipedia.org/wiki/Неологізм#:~:text=Неологізм%5Вред.,%7C%20ред.&text=Неологізм%20(від%20грецдо%20державної%20та%20загальноживаної%20мови) (дата звернення: 22.08.2020).
33. Несветайло Ю. Н. Основные способы образования неологизмов в современном английском языке. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов, 2008. № 1 (1) : в 2-х ч. Ч. 2. С. 73–75.
34. Нуриев В. А. Адекватность перевода как лингвистическая проблема. *Вестник ВГУ, Серия лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2003, № 1. С. 80–87.

35. Осиянова О. М., Романюк М. Ю. English lexicology : практикум. Оренбург : ОГУ, 2010. 143 с.
36. Петрова И. Ю., Колмакова О. А. Перевод английских аббревиатур и сокращений. *Молодежный вестник*. Иркутск, 2012. С. 7
37. Попов Е. А. Анимационное произведение : типология и эволюция образных средств : автореф. дисс. ... канд. искусствоведения: 17.00.09 СПб, 2011. 24 с.
38. Про мультфильм «Смурфики». URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Смурфики_\(фильм\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Смурфики_(фильм)) (дата звернення: 15.10.2020).
39. Самкова М. А. Кинотекст и кинодискурс : к проблеме разграничения понятий. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов, 2011. № 1 (8). С. 135–137.
40. Серебренников Б. А. Об относительной самостоятельности развития системы языка : учеб. пособие. Москва : Наука, 1968. 127 с.
41. Сітцева М. В. Психологічні особливості мультфільмів для дітей. URL: <https://ird.npu.edu.ua/files/sitceva.pdf> (дата звернення: 15.03.2020).
42. Слышкин Г. Г., Ефремова М. А. Кинотекст (опыт лингвокультуроведческого анализа) : монография. Москва : Водолей Publishers, 2004. 153 с.
43. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция : оптимизация речевого воздействия. Москва : Наука, 1990. 240 с.
44. Сорокина Э. А. Прилагательные-неологизмы современного русского языка : автореф. дис ... канд. филол. наук : 10.02.01. Москва, 1984. 263 с.
45. Способы пополнения словарного состава языка. URL: http://www.0ve.ru/anglijskij/sposoby_popolneniya_slovarnogo_sostava.html (дата звернення: 16.09.2020).
46. Сургай Ю. В. Интердискуссивность кинотекста в кросскультурном аспекте : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.19 : Тверь, 2008. 16 с.

47. Улуханов И. С. Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация : учеб. пособие. Москва, 1996. 221 с.
48. Функції масової комунікації. URL: https://pidru4niki.com/13481222/sotsiologiya/funktsiyi_masovoyi_komunikatsiyi (дата звернення: 19.09.2020).
49. Функції неологізмів. URL: <https://studfiles.net/prview/5589076/page:8> (дата звернення: 20.09.2019).
50. Харьковская А. А. Лексико-семантические инновации в языке английской студенческой газеты : Самара : СГУ, 1991. С. 19–24.
51. Хусид А. Д. Особенности декодирования разными социальными группами смыслов, транслируемых средствами массовой коммуникации (на материале мультисериалов) : автореф. дисс. ... канд. психол. наук : 19.00.05. Москва. 2011. 19 с.
52. Чекалина Е. М., Ушакова Т. М. Лексикология французского языка : учеб. пособие. Санкт-Петербург : СПбГУ, 1998. 236 с.
53. Шанский Н.В. Очерки по русскому словообразованию : учеб. пособие. Москва : МГУ, 1968. 247 с.
54. Шувалова О. Н. Лингвистика и вымышленные миры фантастической литературы. *Сборник «Слово. Грамматика. Речь»*. 2014. №15. С. 215–238.
55. Щукина Ю. В. Идеалы и ценности младших школьников через анализ любимых ими мультфильмов и сказок. *Психологический журнал Международного университета природы, общества и человека*. 2012. №2. С. 103–118.
56. Юнусова Б. С. Авторские неологизмы в языке современной литературы. *Вестник московского государственного областного университета*. 2010. №2. С. 132–135.
57. Якобсон Р. О. Структурализм : «за» и «против» : сборник статей. Москва. Прогресс, 1975. 473 с.
58. Baker M. *In Other Words a Coursebook on Translation* : textbook. London : Routledge, 1992. 304 p.

59. Bauer L. Morphological productivity : textbook. Cambridge : Cambridge university press, 2001. 245 p.
60. Chaume F. Discourse Markers in Audiovisual Translating. *Meta : Translator's Journal*. 2004. Vol. 49. № 4. P. 843–855.
61. Cronin M. Translation goes to movies : textbook. London : Routledge, 2009. 145 p.
62. Hassan A. Cartoon Network and its Impact on Behavior of School Going Children: A Case Study of Bahawalpur. *International Journal of Management, Economics and Social Sciences*. 2013. Vol. 2 (1). P. 6-11.
63. Hillebrant T. World building: How to Create a Believable World for Your Fiction Characters. URL: <https://thewritelife.com/worldbuilding/> (дата звернення: 30.08.20).
64. Karnedi D. The Translation of Neologisms: Challenges for the Creation of New Terms in Indonesian Using a Corpus-based Approach. URL: <http://www.ijser.org/paper/The-Translation-of-Neologisms-Challenges-for-the-Creation-of-New-Terms.html> (дата звернення: 23.09.2020).
65. Kozloff S. Overhearing film dialogue. Berkeley & Los Angeles: University of California Press, 2000. 332 p.
66. Nord C. Text Analysis in Translation: theory, methodology, and didactic application of a model for translation-oriented text analysis: textbook. Amsterdam : Rodopy, 2005. 274 p.
67. Nordquist R. Neologisms: About education. URL: <http://grammar.about.com/od/mo/g/neologismterm.htm> (дата звернення: 22.07.2020).
68. Orero P. Topics in audiovisual translation : textbook. Amsterdam : John Benjamins Publishing, 2004. 225 p.
69. Perebendyuk A. Translation of author's neologisms in literary text. URL: <http://englishcontext.kpnu.edu.ua/2019/04/08/translation-of-author-s-neologisms-in-literary-text/> (дата звернення: 23.07.2020).
70. Plag. I. Word-formation in English: Second edition: textbook. New York : Cambridge university press, 2018. 258 p.

71. Ray A. Essays on Terminology. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1995. 223 p.
72. Salkie R. Text and Discourse Analysis: textbook. London : Routledge, 1995. 128 p.
73. Tveit J. E. Translating for television. A handbook in screen translation : textbook. Steinkjer : PowerPrint AS, 2004, 140 p.
74. Wendig C. : Terribleminds. URL: <http://terribleminds.com/ramble/2013/09/17/25-things-you-should-know-about-worldbuilding/> (дата звернення: 25.08.20).

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

75. Кунч З. Й. Універсальний словник української мови. Тернопіль : Навчальна книга Богдан, 2005. 848с.
76. Ayto J. A Century of New Words. Oxford : Oxford University Press, 2007. 250 p.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

77. The Smurfs (2011)
78. The Smurfs (2013)
79. The Smurfs (2017)

THE SMURFS 1

- 1) “*After all my years of **smurfless searching**, however do you expect to find us?*” [6:37]
- 2) “*Guys, let’s stay **smuftimistic***” [16:45]
- 3) “*You know what? I choose to be **pessismurfstic***” [16:47]
- 4) “*Smurfette’s hair goes in here, flows through the **Smurf essence extractor**, and finally I have my **Smurfilator***” [7:08]
- 5) “*Someone looks **smurfalish!***” [33:36]
- 6) “*With my skills even this small trifle of **smurfiness** will yield me just enough power to catch them all*” [22:24]
- 7) “*Pretty **smurfy**, if I do say so myself*” [1:03:59]
- 8) “**Smurfxactly**” [30:44]
- 9) “*That blue moon time of year again. Time **to smurf** some magic*” [7:18]
- 10) “*Papa had a vision and everything turns out **smurfy***” [32:11]
- 11) “*I’m **smurf**fully sorry about what...*” [1:07:17]
- 12) “*I **smurf** you*” [1:34:05]
- 13) “*I’m so **smurf** in love you*” [1:17:58]
- 14) “*Yeah! I love **smurfberries**. The blue ones are mine*” [2:21]
- 15) “*In **Smurf village** each and every smurf plays their own special pad*” [2:40]
- 16) “*Then, I could make some **Smurf magic***” [21:39]
- 17) “*There must be something about the blue moon on your **magic window machine***” [30:55]
- 18) “*Stop! Stop! **Smurf thief! Smurf thief!***” [32:27]
- 19) “*We’ll form a **Smurf bridge** to get you*” [12:08]
- 20) “*A couple guys got smacked in the face, so I thought I’d make some **smurf root***” [8:17]
- 21) “**Smurf hug!**” [1:05:13]
- 22) “*Come on, **put a little smurf into it!***” [26:18]

- 23) “*Smurf for your lives!*” [10:11]
- 24) “*Oh, my Smurf!*” [14:03]
- 25) “*Wait a smurf*” [35:08]
- 26) “*Smurf the whole day long!*” [29:33]
- 27) “*Keep your smurfs to yourselves*” [50:28]
- 28) “*Have a smurfy day*” [39:23]
- 29) “*Papa, you’re smurf out of smurf root. I’ll pick some*” [8:29]
- 30) “*Smurf away! Let’s smurf this joint*” [35:47]
- 31) “*All for one and one for Smurf*” [1:19:26]
- 32) “*Smurf an eye on the mushroom!*” [35:34]
- 33) “*Smurf back soon*” [1:32:25]
- 34) “*What the Smurf are we doing here?*” [Tagline «The Smurfs 1»]

THE SMURFS 2

- 35) “*Hey, who smurfed a bite out of Smurfette’s birthday cake?*” [9:29]
- 36) “*Sometimes you got to smurf with the changes*” [23:06]
- 37) “*Smurftastic work*” [1:23:45]
- 38) “*She’s being smurfnapped*” [19:20]
- 39) “*I’ve got it all over the Smurf Web. It’s got 101 likes on Smurf book*” [10:30]
- 40) “*Smurf dog*” [1:32:15]

THE SMURFS 3

- 41) “*Hand it over, you pseudo-Smurf*” [14:55]
- 42) “*Prepare for Garmageddon*” [1:04:57]
- 43) “*Let me out of here, you Smurf obsessed wannabe wizard*” [13:29]
- 44) “*Smurfy selfie time*” [54:25]

ПРИКЛАДИ НЕОЛОГІЗМІВ З СЕРІЇ АНІМАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ ПРО
СМУРФІВ: ОРИГІНАЛ І ПЕРЕКЛАДИ

Неологізми з анімаційного фільму мовою оригіналу	Російський переклад	Український переклад
“ <i>After all my years of smurfles s searching, however do you expect to find us?</i> »	«Я так долго безсмурфешно искал вас, как же теперь найду?»	«Через стільки років безсмурфешних пошуків, як мені вдалося знайти вас?»
“ <i>Guys, let’s stay smuftimistic</i> ”	«Давайте будем смурфинистами »	«Так, хлопці, давайте будемо смурфімістами! »
“ <i>What the Smurf are we doing here?</i> ”	«Какого смурфа мы тут делаем?»	«Якого смурфа ми тут робимо?»
“ <i>You know what? I choose to be peppismurfstic</i> ”	«Ни за что! Я буду пессисмурфистом »	“ <i>Ні! Я буду песісмурфістом</i> ”
“ <i>Smurfette’s hair goes in here, flows through the Smurf essence extractor, and finally I have my Smurfilator</i> ”	«Кладём волос Смурфетты сюда, пропускаем через экстракт эликсира и наконец у меня есть смурфилятор »	«Смурфеччині коси сюди, тоді в екстрактор смурфосутті і нарешті я одержую смурфілятор »
“ <i>Someone looks smurfalish!</i> ”	«Ты выглядишь просто смурфзамечательно »	«Який у нас дехто смурфновенький »
“ <i>With my skills even this small trifle of smurfiness will yield</i>	«Даже столь малая крупица смурфика даст мне	«З моїм хистом навіть ця мала

<i>me just enough power to catch them all”t</i>	необходимые силы, чтобы их поймать»	дрібочка смурфості дасть мені досить сили їх переловити»
<i>“Pretty smurfy, if I do say so myself”</i>	«По-моему смурфютно , да?»	«Просто смурфово кажусь я з гордістю»
“Smurfactly”	« Смурфименно! »	« Смурфправильно! »
<i>“That blue moon time of year again. Time to smurf some magic”</i>	«Вот и снова голуболуние. Можно как следует посмурфовать »	«Знову настав час синього місяця. Насмурфую чарів »
<i>“Papa had a vision and everything turns out smurfy”</i>	«Папе было ведение, что всё будет смурфечательно »	«Батько мав ведіння і все закінчиться смурфно »
<i>“I’m smurfually sorry about what...”</i>	«Я смурфжасно виноват...»	«Я смурфенно перепрошую...»
<i>“I smurf you”</i>	«Я тебе смурфлю »	«Я тебе смурфаю »
<i>“I’m so smurf in love you”</i>	«Я так смурфильно тебе люблю»	«Я тебе смурфезно люблю»
<i>“Yeah! I love smurfberries. The blue ones are mine”</i>	«Люблю смурфинику »	«Люблю смурфіниці »
<i>“In Smurf village each and every smurf plays their own special pad”</i>	«В деревне смурфиков у каждого смурфика своя особая роль»	«У смурфському селі кожнісінький смурф грає свою особливу роль»
<i>“Then, I could make some Smurf magic”</i>	«Даже малости хватило бы для моей смурфомагии »	«Мені б вистачило, щоб зробити смурфські чари »
<i>“There must be something about the blue moon on your magic window machine”</i>	« Вошебная печаталка »	« Магічна вікномашина »

<i>“Stop! Stop! Smurf thief! Smurf thief!”</i>	<i>«Остановите! Остановите! Это смурфовор»</i>	<i>«Зупиніть!Зупиніть! Смурфовикрадач!»</i>
<i>“We'll form a Smurf bridge to get you”</i>	<i>«Мы сейчас построим смурфомост»</i>	<i>«Ми побудуємо смурфоміст, щоб врятувати тебе»</i>
<i>“A couple guys got smacked in the face, so I thought I'd make some smurf root”</i>	<i>«Там ребята насажали себе синяков и я пошел за примочками из смурфокорня, чтобы у них зажило побыстрее»</i>	<i>«Декілька хлопців побилися, тому я пішов за примочками із смурф'ячого кореня»</i>
<i>“Smurf hug!”</i>	<i>«Обнимемся»</i>	<i>«Смурфаймось»</i>
<i>“Come on, put a little smurf into it!”</i>	<i>«Смурфее»</i>	<i>«Давайте всі разом»</i>
<i>“Smurf for your lives!”</i>	<i>«Смурфайся, кто может!»</i>	<i>«Рятуйся хто може!»</i>
<i>“Oh, my Smurf!”</i>	<i>«Осмурфеть!»</i>	<i>«О мій Смурф!»</i>
<i>“Wait a smurf”</i>	<i>«Смурфуточку»</i>	<i>«Смурфиночку»</i>
<i>“Smurf the whole day long!”</i>	<i>«Смурфим день за днем»</i>	<i>«Цілий день смурфай»</i>
<i>“Keep your smurfs to yourselves”</i>	<i>«Осмурфите свои руки»</i>	<i>«Держіть свої смурфи при собі»</i>
<i>“Have a smurfy day”</i>	<i>«Смурфятного дня»</i>	<i>«Веселися не журися»</i>
<i>“Papa, you're smurf out of smurf root. I'll pick some”</i>	<i>«Папа, у тебя кончились смурфокорни»</i>	<i>«Батько, у вас засмурфився смурфокорінь»</i>
<i>“Smurf away! Let's smurf this joint”</i>	<i>«Поднять смурфора! Полный смурфед!»</i>	<i>«Смурфоруш! Смурфуймо разом!»</i>

“ <i>All for one and one for Smurf</i> ”	«Один за всех и все за смурфика!»	«Один за всіх і всі за смурфіка!»
“ <i>Smurf an eye on the mushroom!</i> ”	«Посмурфожи гриб!»	«Посмурфуєш грибок!»
“ <i>Smurf back soon</i> ”	«Смурфовозвращайтесь поскорее»	«Присмурфайте ще»
“ <i>Hey, who smurfed a bite out of Smurfette’s birthday cake?</i> ”	«Кто отсмурфил кусок торта на день рождения Смurfетты?»	«Хто насмурфив Смurfеччиного торта?»
“ <i>Sometimes you got to smurf with the changes</i> ”	«Надо не унывать, а смурфти навстречу переменам»	«Ну, потрібно смурфитися з ситуацією»
“ <i>Smurftastic work</i> ”	«Смурфастическая работа!»	«Смурфастично!»
“ <i>She’s being smurfnapped</i> ”	«Это смурфищение»	«Її висмуржнули»
“ <i>I’ve got it all over the Smurf Web. It’s got 101 likes on Smurf book</i> ”	«Я везде пишу о нем в смурфенетте. У меня уже 101 лайк в смурфбуке»	«Я розшарю це на весь смурфонет. У мене вже 101 лайк у смурфбуці»
“ <i>Smurf dog</i> ”	«Смурф дог»	«Смурф дог»
“ <i>Hand it over, you pseudo-Smurf</i> ”	«Недосмурфик»	«Псевдосмурф»
“ <i>Prepare for Garmageddon</i> ”	«Настал гармагедон»	«Приготуйтеся до гаргамедону»
“ <i>Let me out of here, you Smurf obsessed wannabe wizard</i> ”	«Отпусти меня, зацикленный на смурфиках колдун недоучка»	«Випусти мене, смурфодержимий нібичаклуне»
“ <i>Smurfy selfie time</i> ”	«Смурфеселфи»	«Смурфоселфі»

SUMMARY

The presented paper deals with the analysis and translation of neologisms based on a series of animated films about the Smurfs.

The object of the work is the language in R. Gosnell's animated film "The Smurfs".

The aim of the research consists in revealing the peculiarities of translation and main functions of neologisms. It determined the accomplishment of such objectives as:

- to prove that a modern animated film is a creolized text;
- to define the concept of "neologism" and formulate the criteria for its separation in the original animated film text;
- to find out the specifics of the creation of neologisms in modern English in the perspective of translation practice;
- to analyze the functioning of neologisms in literary texts;
- to explore the means of formation and features of the use of neologisms in a series of animated films about the Smurfs;
- to analyze the means of reproduction of neologisms in Ukrainian and Russian translations in series of animated films about the Smurfs.

Neologisms can be considered new in meaning or in form and meaning of the word, created in the last few years or borrowed from another language for communication purposes, which are perceived and used in communication by the speakers of this language society. The groups of neologisms were analyzed in the work based on a series of animated films about the Smurfs. Ways of formation and use of absolutely author's neologisms, neologisms created by the author on the basis of already existing words in English, and also transformed phraseologisms were revealed and analyzed.

Key words: *neologism, creolized text, animated film, cartoon, translation methods, adequacy, translation*

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Тютюнник Анастасія Вікторівна, студентка 2 курсу, форми навчання заочна, факультету іноземної філології спеціальність 035 Філологія, освітньо-професійна програма Мова і література (англійська), адреса електронної пошти tvdinner33@gmail.com

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Особливості функціонування і перекладу нових слів в серії анімаційних фільмів про смурфів» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) _____