

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій
Кафедра германської філології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня «магістр»

Спеціальність 035 «Філологія»
Спеціалізація 035.041 «Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська»

Особливості перекладу гумору в англомовному кінодискурсі (на матеріалі американського телесеріалу "Friends")

Допущено до захисту «__» _____ 20__ р.

Зав. каф. германської філології ____ канд. філол. наук, проф. Кобякова І. К.

Виконала:

студ. групи ПРм.-11

Коваленко Анастасія Володимирівна

Науковий керівник:

д-р філол. наук, проф.

Кобякова Ірина Карпівна

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 РОЗКРИТТЯ ПОНЯТТЯ ГУМОРУ ЧЕРЕЗ АНГЛОМОВНИЙ КІНОДИСКУРС	7
1.1 Англомовний кінодискурс	7
1.2 Ситком.....	11
1.2.1 Американські ситкоми	12
1.2.2 Друзі	13
1.3 Проблематика визначення гумору	15
1.4 Семантичне поле гумору.....	18
1.5 Теорії гумору та їх класифікація	20
1.5.1 Невідповідність	22
1.5.2 Перевага	23
1.5.3 Вивільнення.....	24
1.6 Гумор в лінгвістичному аспекті	25
1.6.1 Гумор і прагматика	25
1.6.2 Гра слів	33
РОЗДІЛ 2 ПЕРЕКЛАД У РАМКАХ КУЛЬТУРИ ТА АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ ПЕРЕКЛАД.....	36
2.1 Переклад як інструмент міжкультурного порозуміння	36
2.2 Види та особливості аудіовізуального перекладу	38
РОЗДІЛ 3 ПЕРЕКЛАД ГУМОРУ В АМЕРИКАНСЬКОМУ ТЕЛЕСЕРІАЛІ «ДРУЗІ».....	43
3.1 Труднощі передачі комічного в перекладі	43
3.2 Перекладацькі мікростратегії	45

3.3	Методологія перекладу гумору	46
3.4	Аналіз перекладу жартів (на матеріалі американського телесеріалу «Друзі»)	48
	ВИСНОВКИ.....	54
	СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56

ВСТУП

Без гумору неможливо уявити повсякденне життя жодної культури. Людям властивий гумор у спілкуванні один з одним. Визначити гумор як концепцію доволі проблематично, оскільки його утворення залежить від різних чинників – зазвичай, щоб ухопити сенс жарту чи комічної ситуації, необхідний фон – культурний, соціологічний чи лінгвістичний, саме тому визначення гумору піддається сумнівам. Більшою мірою ускладнюють спроби визначення гумору його різноманітні форми. Гумор може бути виражений у будь-яких формах – словесних, візуальних чи фізичних, у взаємодіях між людьми, у мистецтві, а також у всіх формах медіа. Гумор вважається культурним феноменом.

Людині не притаманно вдаватися до аналізу того, звідки виникає її сміх; більшість людей не змогли б пояснити, чому щось здається їм смішним спираючись на вищезгадані причини. В той час як для мовознавців спостереження за мовою в її різноманітних формах викликає особливий лінгвістичний інтерес та гумор не є виключенням. За всю історію людства висунуто велику кількість теорій гумору, метою яких постало дослідження суті гумору, його функції в суспільстві, а також ознак того, що робить ситуацію гумористичною. Теорії поділяються на різні категорії – психологічні, духовні, антропологічні і навіть містичні. Науковці так і не досягли згоди, щодо того, яка теорія гумору повинна бути основною, так як неможливо вивести єдину теорію, яка б задовольнила всіх.

Тим часом переклад гумору піддається критиці через недостатню влучність та чіткість, так як гумор у мові перекладу зазвичай слабший за якістю, ніж гумор в оригіналі. Два найпоширеніші варіанти передачі гумору іншою мовою – професійний переклад або дослівний переклад. Ідеальний розвиток подій передбачає, що переклад успішно доносить суть, а ключова фраза жарту дійсно чіпляє та викликає емоції, в результаті чого – люди сміються.

Існує цілий перелік очікувань від перекладу гумору. Згідно з ними, в ідеалі переклад повинен звучати природно, бути зрозумілим і передавати той самий ефект, що й жарт мовою оригіналу. На жаль, дана мета стає складнішою для досягнення завдяки тому, що гумор, як соціальне явище, неймовірно тісно пов'язаний із культурою та певною групою людей, які розділяють однакові традиції, мову, релігію, світогляд, місце проживання або навіть ментальність. Всі ці чинники впливають на спроможність сприймати гумор та правильно інтерпретувати ключову ідею жарту. Виходячи з вищенаведеної інформації, можна дійти висновку, що під час перекладу гумору іншою мовою виникає проблема неоднозначності та невідповідності світоглядів та менталітетів двох задіяних культур.

Актуальність теми зумовлена недостатнім її вивченням у лінгвістичних дослідженнях а також популярністю ситкомів в межах численної аудиторії, що вимагає покращення якості українських перекладів в даному жанрі кіноіндустрії.

Об'єкт дослідження – явище гумору в сучасному англомовному кінодискурсі.

Предмет дослідження – особливості відтворення гумору за допомогою аудіовізуального перекладу ситкомів.

Матеріалом дослідження постає кіносценарій американської ситуаційної комедії «Friends» («Друзі»), яка була створена Девідом Крейном і Мартою Кауффман в 1994 році. Історія про шістьох друзів, котрі живуть у Нью-Йорку та постійно потрапляють або самі створюють кумедні ситуації, заповонила серця мільйонів людей по всьому світу. З кожним сезоном герої серіалу дорослішають разом із аудиторією та завершення історії передбачає кінець періоду становлення особистості та перехід до нової ери життя, тобто створення сім'ї, народження та виховання дітей.

Мета роботи полягає у вивченні механізмів гумору а також визначенні стратегій та заходів, вжитих під час перекладу гумору з англійської на

українську, тим самим сприяючи, з одного боку, дискусіям про особливості культури та світогляду, а з іншого боку, широкому спектру досліджень, які підпадають під загальне поняття стійкої багатомовності.

Присвячуючи це дослідження аналізу гумору в телесеріалі «Друзі» та особливостям перекладу гумору на українську мову, ми також прагнемо відповісти на питання, наскільки гумор залежить від культури.

Для досягнення мети були поставлені наступні **завдання**:

- 1) визначити поняття гумору;
- 2) розглянути теорії гумору у світлі різних підходів до вивчення гумору;
- 3) визначити основні перекладацькі мікростратегії;
- 4) зібрати та класифікувати випадки гумору в серіалі «Друзі» за заздалегідь обраними критеріями;
- 5) порівняти оригінал і переклад з метою виявлення застосованої мікростратегії та аналізу переданого гумористичного ефекту англійською та українською мовами.

Методи дослідження. У науковій роботі були використані такі методи дослідження як порівняльний, якісний та кількісний. Порівняльний метод використовується для того, щоб оцінити, чи має даний жарт однаковий або різний сценарій в англійській та українській версіях. Ми також застосували його при дослідженні мікростратегій перекладу поряд з якісним методом. Якісний метод використовується для аналізу сценаріїв, на яких базуються жарти. Для збору числових даних використовується кількісний метод. Вважається, що цей метод оприлюднює цікаву інформацію про прояви гумору в ситуаційних комедіях. Оскільки це дослідження також стосується перекладу гумору, два теоретичні компоненти, які потрібно дослідити, походять із лінгвістичних поглядів на гумор і теорії перекладу.

Практичне значення роботи полягає у використанні результатів дослідження в закладах освіти під час занять з практики перекладу та застосування цих результатів при безпосередньому здійсненні аудіовізуального перекладу комедійних серіалів.

Наукова новизна полягає у новому погляді на переклад гумору, а саме аналіз його культурної складової. Дослідження дає відповідь на важливе питання, наскільки гумор залежить від культури та як культурні особливості впливають на якість перекладу.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів та списку використаних джерел. Повний обсяг роботи – 60 сторінок.

РОЗДІЛ 1

РОЗКРИТТЯ ПОНЯТТЯ ГУМОРУ ЧЕРЕЗ АНГЛОМОВНИЙ КІНОДИСКУРС

1.1 Англомовний кінодискурс

На сьогоднішній день світ кінематографу заповнив серця мільйонів глядачів по всьому світу. Кінематограф є основоположником сучасних трендів та нових тенденцій, завдяки чому він є уособленням унікального культурного явища, повз яке не можуть пройти багато вчених, особливо лінгвістів. Детальним дослідженням підлягають семіотичні, лінгвістичні, культурні та когнітивні аспекти кінодискурсу. Завдяки вищезазначеним аспектам, виникли труднощі з наданням кінодискурсу чіткого визначення в лінгвістичних дослідженнях. Розуміння та вивчення кінодискурсу є надзвичайно важливим, оскільки він диктує реальність та чинить вплив на наше сприйняття суспільства та стосунків між людьми в ньому. Сьогодні кіногерої часто стають представниками або засновниками нових ідей та трендів. Наприклад, після виходу нового серіалу «Венздей» (“Wednesday”) буквально в усіх соцмережах підхопили тренд який полягає у танці головної героїні на шкільній вечірці. Люди знімають відео з тими ж танцювальними рухами, а також про те, як роблять макіяж, як у Венздей, або вдягаються так само як вона. С. Козлофф вважає голлівудське кіно першопрчиною широкого поширення англійської мови в усьому світі [31, с. 27].

Американські дослідники розглядали тексти фільмів ширше, включаючи аудіовізуальні елементи: паузи транскрипції, інтонаційні гами, фонові події на екрані, а також перформанси, характеристики кадру, монтаж, звукову режисуру [31, с.90].

Поняття про кінодискурс стає більш обширним завдяки розумінню лінгвістики кінотексту. А. Н. Зарецька стверджує, що кінодискурс – це зв’язний

текст, який є мовним компонентом фільму в поєднанні з немовним компонентом – аудіовізуальним рядом фільму та іншими екстралінгвістичними факторами, важливими для семантичної цілісності фільму. Хоча кінематографічний дискурс є відстроченим у часі обміном між колективним автором і аудиторією, він завжди спрямований на сприйняття аудиторії [13, с. 32].

Кінодискурс можна класифікувати за різними критеріями. Мовлення героїв фільму природне і спонтанне. Особливістю усного кінодискурсу є наявність автора, який певним чином імітує екранну реальність і, відповідно, текстові компоненти [13, с. 41].

За кількістю учасників кінодіалогу кінодискурс поділяється на монологічний і діалогічний [13, с. 96]. Розрізняють інституційний та особистий кінематографічний дискурс з огляду на адресатів трансляції. Мовлення може бути статусним, коли відбуваються комунікативні взаємодії між представниками різних соціальних груп і класів чи індивідів. Спілкування героїв фільму включає обидва види дискурсу, але водночас художній фільм загалом тяжіє до побутового стилю [15, с. 191].

У рамках кооперативного принципу кінематографічний дискурс поділяється на кооперативний і конфронтаційний. У разі кооперативного дискурсу мовець намагається схилити слухача до певної поведінки, залучаючи його до співпраці. Натомість під час конфронтації ми спостерігаємо мовців з абсолютно різними ракурсами та пріоритетами, зумовлюючи конфліктне спілкування [13, с. 96].

Кінознавці також розрізняють художній (ігровий) і документальний (неігровий) кінотексти. До документалістики належать зйомки реальних подій або наукові фільми (популяризація науки, освіта, наукові дослідження, наукове виробництво). Художніми вважаються кінотексти, в яких домінують знакові символи та стилізована розмовна мова, поєднана з естетичною функцією. У текстах художніх фільмів, насамперед, використовується розмовний стиль, а

також широкий спектр стилістичних засобів (дієслова, жаргонізми, діалекти), розмовна мова, до якої звертаються в процесі написання сценарію [13, с. 70].

Дискурс кінофільму, згідно словацькому лінгвістові Я. Хованец, може бути концептуалізований як неаутентична, сценічна бесіда між художніми персонажами [31, с. 73].

Проведений аналіз показує, що кінодискурс є більш широким поняттям, ніж «кінотекст» і «кінодіалог», що включає в себе різні кореляції з іншими областями науки, такими як література, театр, мистецтво тощо. Окрім того, саме у кінодискурсі відбувається остаточна інтерпретація сенсу, закладеного в фільмі. При цьому кінотекст є фрагментом кінодискурсу і включає в себе дві гетерогенні семіотичні системи: лінгвістичну і нелінгвістичну, кінодіалог постає як лінгвістична складова фільму. Тому аудіовізуальні образи, якими оперує кінематограф стають незамінними елементами нового дискурсу модерну, який є джерелом соціальних, культурних, психологічних, а також лінгвістичних знань.

Щодо мовних характеристик, то слід зауважити, що у фільмі мова стає біднішою, оскільки діалогічне мовлення – це переважно розмовно-побутовий стиль, якого характеризують загальна лексика та зміни у синтаксичній структурі речень. Речення у фільмі зазвичай прості, неускладнені, насичені вигуками та паузами і легкі для сприйняття на слух. Кінодискурс слід розуміти як процес відтворення і сприйняття сенсу фільму. Для сучасної лінгвістики більш продуктивним виявляється вивчення кінодискурсу як складного гетерогенного утворення, що має розширену структуру. Оскільки кінотекст є фрагментом кінодискурсу і включає дві гетерогенні семіотичні системи: лінгвістичну і нелінгвістичну, а кінодіалогу відводиться роль безпосередньо вербального компонента, то його детальне вивчення дозволяє досліднику вийти на рівень кінодискурсу [38, с. 103].

Між дискурсом кінофільму і дискурсом живої мови існує певна кількість дихотомій, таких як: підготовленість і спонтанність, сталість, ефемерна природа, комунікативний намір мовця і просте відтворення слів актором. Деякі лінгвісти

вважають, що дискурс кінофільму є сфабрикованим і антиемпіричним, оскільки він був записаний у вигляді сценарію, переписаний, цензурований, відредагований, достатньо відрепетований і продемонстрований на екрані.

С. Козлофф заявляє про неправомірність ототожнення діалогу в кіно і діалогу природної мови. У світі фільму діалог може прагнути до імітації природної розмови, але не більше того. Основна відмінність даних феноменів полягає в тому, що діалог в кіно покликаний, скоріше, «перенаправити» інформацію на глядача, тоді як в природній комунікації співрозмовники не акцентують уваги на інформації, вже відомій співрозмовнику, відповідно, в кіно слова мають подвійний ефект [31, с. 89].

З іншого боку, кінодискурс, який зараз сформувався в суспільстві, відображає мовні комунікативні звички сучасного носія мови, викликаючи у глядача відчуття реальної розмови, розділяючи тим самим код реальності і культурний реалізм. Отже, кіносценарій повинен дотримуватися того, що вважається прийнятним, природним і достовірним в культурі в певний час, а кіносценаристу необхідно брати до уваги навколишню дійсність, включаючи природу використання мови та різноманітних видів комунікацій [34, с. 29].

Таким чином, вербалізації персонажів кінофільму побудовані так, щоб бути схожими на природне використання мови в повсякденному житті, а також вони є канонічною тотожністю спонтанної розмови.

В. Герман в роботі «Драматичний дискурс: діалог як взаємодія в п'єсах» («Dramatic Discourse: Dialogue as Interaction in Plays») знаходить точки зіткнення між живою і драматичною мовами, що безсумнівно є також актуальним і для дискурсу кінофільму. Згідно В. Герман, принципи, норми і умови використання, які лежать в основі спонтанної комунікації в звичайному житті в точності ті ж, що і використовують драматургами в побудові мовних типів і форм в п'єсі [23, с. 56].

Отже, звичайна мова, або, якщо бути більш точним, ті правила, які контролюють смисловий обмін в повсякденному контексті, є джерелом, яке

використовують драматурги для формування діалогу. Так сценаристи театральних п'єс і фільмів керуються даними принципами і умовами при створенні взаємодії між героями. Таким чином, висловлювання, відтворені будь то акторами або звичайними людьми в реальному житті, мають однакові комунікативні міжособистісні функції — передача повідомлення або саморепрезентація [14].

Досить цікавим є той факт, що дискурс кінофільму схильний проникати в дискурс живої мови. Окремі мовці включають в свої ідіолекти мовні елементи з кінофільмів, використовуючи їх як дотеп, заснований на алюзії. Досить згадати, скільки фраз з фільмів, стали крилатими.

Дискурс кінофільму володіє великою кількістю характеристик, притаманних реальній комунікативній взаємодії. Однак можуть бути виділені деякі риси, властиві виключно дискурсу кінофільму. Вербальні взаємодії між кіногероями можуть відображати характеристики, які зазвичай не зустрічаються в повсякденній мові чи, принаймні, не в такій мірі.

Так, наприклад, дослідник в області корпусної лінгвістики П. Квагліо, проаналізувавши дискурс популярного американського ситкому «Друзі» («Friends»), приходять до висновку про те, що мові серіалу властива більша чіткість, вона рясніє лінгвістичними маркерами емоційності і інформативності та пропонує менше оповіді. Також неправильна вимова, різні розмовні помилки, застереження, поправки, виправлення, що часто зустрічаються в повсякденній мові, зводяться до мінімуму в кінофільмі [38, с. 190].

1.2 Ситком

Жанр ситкому (скорочено від «ситуаційної комедії») — це своєрідний вид телевізійного серіалу, який бере початок зі Сполучених Штатів Америки, а також з Великої Британії починаючи з середини ХХ століття.

В основі ситкому постає група людей із дуже чіткими характеристиками, з якими глядачі можуть знаходити щось спільне та розраховувати на них, як на

своїх друзів, від епізоду до епізоду. Ситками базуються на ситуаціях та персонажах, які містять в собі високий гумористичний потенціал.

Одна серія зазвичай триває від 22 до 28 хвилин. Ситками вирізняються стабільністю та жанровою передбачуваністю. Сюжет зазвичай простий і не містить занадто важких для розуміння ситуацій.

Популярність ситкомів пов'язана зі сміхом, оскільки людям не до вподоби сміятися наодинці. Людям подобається сміятися у компанії. Доведено, що коли люди наодинці, вони доволі рідко посміхаються, хоча один і той самий жарт змушує їх сміятися в кімнаті, повній людей, за умови, якщо більшість також знаходить в ньому щось кумедне.

На відміну від інших жанрів телебачення, ситком зосереджується не на складній сюжетній лінії, а на комічній ситуації та складнішому діалозі. Ні сюжет, ні герої не змінюються. Тоді як технічне виробництво цього жанру досить просте, тому що вони мають обмежену кількість знімальних майданчиків та, як правило, лінійний сюжет, а зйомка одного епізоду часто займає лише декілька днів. Сценаристи ситкомів вважаються майстрами драматичного жанру. Створення жартівливого діалогу, який слугує інструментом, що змушує серіал рухатися вперед, є складним завданням, яке потребує великого досвіду.

1.2.1 Американські ситкоми

Не дивлячись на те, що британська комедія має достатньо високу репутацію та раніше претендувала на вищий ступінь оцінювання за витонченістю та іронією, більшість найпопулярніших телесеріалів останніх років (наприклад «Теорія великого вибуху», «Як я зустрів вашу маму» або «Сучасна сім'я») походять саме із США, виходячи на перший план та повністю затьмарюючи популярні британські ситкоми [42, с. 89].

Перше телевізійне шоу, яке вважалося ситкомом — «Я кохаю Люсі», яке вперше вийшло в ефір у 1950 році та миттєво набуло надзвичайної популярності, одразу після нього почали випускати інші ситкоми (наприклад «Батько знає

краще» або «Молодята»). Темою перших ситуаційних комедій зазвичай була родина. У 1950-х роках Америка все ще оговтувалася від Другої світової війни, а середній клас тільки зароджувався. Люди хотіли спостерігати на екранах телевізорів за тим життям, про яке мріяли [45, с. 10].

Теми ситкомів поступово відійшли від традиційної нуклеарної сім'ї до інших соціальних груп, оскільки ситками завжди актуальні завдяки віддзеркаленню життя сучасного суспільства [42, с. 90]. Це також було у випадку з Друзями, оскільки теми розгортаються навколо молодого віку та дружби, а не сімейних стосунків.

1.2.2 Друзі

«Друзі» — це класичний приклад ситкому, тривалість епізодів якого завжди становить від 22 до 23 хвилин, є шість головних героїв, сюжетна лінія є простою, за винятком випадкових ретроспекцій, існує обмежена кількість сюжетів, а також комедійний серіал був відзнятий у присутності живої аудиторії. Але в певному сенсі цей ситком унікальний, оскільки він не втратив своєї актуальності.

Незважаючи на те, що 22 вересня 2019 року шоу виповнилося 25 років, його популярність невпинно зростає. Він отримав багато нагород і був названий найпопулярнішим телевізійним серіалом всіх часів, незалежно від того, яку систему рейтингів брати до уваги.

«Друзі» завжди потрапляють у десятку найкращих – у середньому 23,6 мільйона переглядів на епізод протягом ефірного часу, та понад 53 мільйона переглядів найпопулярніших епізодів [45, с. 47].

«Друзі» — це шоу, яке вплинуло на декілька поколінь у багатьох аспектах, включаючи такі речі, як модні тенденції, стрижки, а також використання мови.

Беручи за приклад те, наскільки впливовою була мова, використана в «Друзях», ми можемо взяти знамениті фрази “That is so not true” та “That is so not what this is” Прислівниковий інтенсифікатор “so” змінює прикметник або

речення, розділене запереченням “not”. Часте використання цього мовного явища зробило таку структуру речень звичайною рисою американської англійської мови, а отже й англійської мови для учнів та студентів [38, с. 12].

Аналізуючи епізоди, можна дійти висновку, що деякі моменти серіалу не будуть прийнятні на телебаченні в 2022 році – расистський або сексистський гумор, недоречні сексуальні натяки, жарти про вагу або простий факт, що всі герої належать до категорії гетеросексуалів і білих.

Безсумнівним фактом залишається те, що 16 мільйонів людей щотижня дивляться «Друзів» на різних каналах у США, і це навіть не включаючи стримінгові ресурси [48, с. 27]. Можливо серіал здобув таку популярність саме через такий недоречний гумор, оскільки автори «Друзів» сильно не замислювалися над політкоректністю, що є незвичним у сучасному суспільстві, де кожен легко ображається на будь-що.

Головною передумовою успіху будь-якого ситкому є варіабельність платформи з точки зору того, скільки існує можливостей для створення гумористичних ситуацій. Безперечний факт, що група друзів, які постійно проводять час разом, є ідеальним матеріалом для створення сценаріїв жартів, оскільки знайома ситуація дає мовцям можливість покладатися на різноманітні спільні знання та спогади, надаючи велику кількість можливостей для відображення гумору [42, с. 91].

Релевантність ситкому є ключовим фактором успіху ситкому. Цільова аудиторія — ті, хто або ототожнює себе з персонажами та/або прагне бути схожим на них. Релевантність досить обширна і визначається лише шістьма головними героями, що мають унікальні риси характеру, якими люди можуть захоплюватися або побачити в них себе [42, с. 91].

Ситуація з групою друзів настільки проста і не має чіткої мети, концепції чи призначення, що може здатися нудною, але все ж це рецепт успіху реалізований завдяки різноманітним сценаріям, які вона пропонує глядачеві

щотижня. Телесеріал досліджує різноманітні комбінації персонажів і комічний потенціал зіткнень, типовими є Джої та Чендлер, як сусіди по квартирі та суперники, Рейчел та Росс із їхніми любовними стосунками, Росс і Моніка зі своїм напруженими стосунками брата і сестри, ірраціональна поведінка та різкі висловлювання Фібі [42, с. 91].

Ці фактори роблять цей ситком цікавим об'єктом дослідження для лінгвістичного аналізу та перекладу, як для порівняння з природною розмовою так і як сам по собі об'єкт дослідження, що ми спробуємо зробити, зосереджуючись на гумористичних випадках. «Друзі» — це також шоу, яке тривало більше десяти років і тому надає унікальні дані для досліджень мовних змін та велику кількість матеріалу для аналізу перекладу.

1.3 Проблематика визначення гумору

Ми могли б взяти просте словникове визначення гумору: доброзичливо-глузливе ставлення до чого-небудь, спрямоване на викриття недоліків; уміння подати, зобразити щось у комічному вигляді [52], але це не дало б нам комплексного визначення того, що таке гумор насправді, оскільки питання про те, що змушує людей сміятися, не може зводитися до одного простого речення.

Гумор – це явище, якому неможливо дати однозначне визначення, через те, що це питання міждисциплінарне. По суті, твердження про те, що гумор неможливо визначити, висувалося неодноразово у дослідженнях гумору [23, с. 57].

Дослідження гумору застосовуються не лише в лінгвістиці, а й в психології, соціології, антропології, медицині і навіть в духовних практиках. Тому спроба дати найпростіше, найточніше визначення того, що таке гумор, стає набагато важчою.

Гумор ретельно обговорювався протягом двох тисячоліть у різних дисциплінах, а саме великими філософами античності, такими як Арістотель і Платон, або пізніше філософом XVII століття Томасом Гоббсом. Однак через дві

тисячі років після перших відомих спроб ми не наблизилися до однозначного визначення [40, с. 36].

Навіть визначення гумору, до появи теорій, не здаються чіткими чи надійними в загальному розумінні [16, с. 3]. Дійсно, визначення в загальноприйнятих учнівських словниках відрізняються. Розширений словник Collins COBUILD визначає гумор як якість чогось, що змушує вас сміятися [54], пов'язуючи гумор за своєю суттю зі сміхом, тоді як дует учнівських словників Оксбриджу взагалі не згадує сміх, зазначаючи, що гумор — це здатність знаходити речі смішними [53] або риса чогось, що робить це смішним [55].

Віктор Раскін погоджується з першим, оскільки він стверджує, що сміх найчастіше є вираженням почуття кумедності [40, с. 1]. У кожній культурі, суспільстві та епосі присутній сміх, навіть якщо його форми відрізняються, і тому ми можемо вважати здатність реагувати на гумор як універсальну людську рису в тому сенсі, що більшість людей здатні знаходити речі смішними та відповідним чином реагувати на них [40, с. 2].

Гумор і сміх, однак, не є взаємозамінними термінами, як раніше вважали філософи першої половини 20 століття [17, с. 88]. Проблема зв'язку між сміхом і гумором полягає в тому, що він не охоплює всі випадки. Звичайно, сміх часто викликається гумором, однак гумор не є єдиним детонатором сміху, оскільки він не обов'язково є ознакою розваги. Це також може бути ознакою нервозності, збентеження або навіть страху [35, с. 2]. З іншого боку, коли щось сприймається як жартівливе, є поведінка, відмінна від сміху, що вказує на задоволення — посмішка, а іноді навіть крик від радості чи аплодисменти [27, с. 8].

Щоб розвінчати теорію про те, що ці два терміни є синонімами, Обуен остаточно описує різницю між сміхом фізіологічного походження та сміхом інтелектуального походження [23, с. 13]. Пізніше Ольбрехтс-Титека розвинула аргумент, чому сміх не є достатнім показником гумору і, нарешті, взаємозамінність цих термінів було відкинуто [36, с. 15]. Її аргументація така: сміх значною мірою перевищує гумор. Додаючи до аргументу, що сміх не

обов'язково пов'язаний із задоволенням, вона згадує ритуальний сміх африканських племен, який пов'язаний із залякуванням та збентеженням, але точно не з гумором. Сміх також може виникнути фізіологічно через галюциногени, наприклад, і він не є прямо пропорційним інтенсивності гумору. Вона поділяє думку Грюнера щодо того, що викликає гумор, і зазначає, що серед вчених немає згоди щодо розгляду, наприклад, усмішки як послабленої форми сміху. Нарешті, вона зазначає, що сміх можна симулювати (наприклад, іронічний сміх), і тому, аналізуючи його, ми повинні оцінити його соціальне значення. [27, с. 16]

Існує й інша теорія щодо того, за яким критерієм ідентифікувати гумор, висунута Ольбрехтом-Титекою. Той факт, що хтось інший перед нами вважав щось смішним, має бути достатнім для того, щоб припустити, що ми також маємо вважати це смішним і тому класифікуйте його як гумористичне, як збірку гумористичних текстів. Проблема такого підходу полягає в постійній еволюції світу. Якби світ не розвивався та не змінювався, ця ідея була б класифікована як надійний емпіричний доказ. Однак це не враховує жодних нових випадків тексту – наприклад, додавання нового гумористичного тексту до збірки [16, с. 12].

Хоча ми виявили деякі проблеми з підходом Раскіна, сміх залишається найбільш прийнятним критерієм для визначення того, які явища можна вважати гумористичними [16, с. 10; 40, с. 2]. Реалізація сміху може бути як прихованою, так і явною, але все одно залишається основоположним фактором більшості гумористичних ситуацій. Відповідно до Раскіна, ми можемо припустити, що гумористичним є текст, наслідком якого є сміх, якщо ми беремо «сміх» у широкому сенсі цього терміну [16, с. 12].

Якщо прийняти широке тлумачення поняття гумору, з цього випливає, що гумор — це все, що соціальна група визначає смішним [16, с. 9]. Крім того, різні дисципліни бачать проблеми по-різному: там, де психолог бачить байдужі прояви «гумору», літературний критик бачить «жанри», наприклад жарт, гумористичний анекдот тощо [16, с. 5]. Таким чином, ми зосередимося на

лінгвістичному масштабі питання на фонологічному, графологічному, морфологічному, лексичному, синтаксичному та текстовому рівнях.

У нас буде загальне розуміння того, що, усвідомлюючи обмеження визначення Раскіна, ми візьмемо сміх як маркер гумористичної ситуації для виконання мети нашого дослідження.

1.4 Семантичне поле гумору

Дослідження семантичного поля гумору були проведені практично в кожній мові [16, с. 6]. Щоб показати різноманіття того, що можна класифікувати під егідою гумору, ви можете знайти нижче спрощену версію семантичного поля гумору Шмідта-Гіддінга [44, с. 48]. Хоча ми не можемо бути впевнені щодо актуальності схеми, оскільки мова і, як наслідок, гумор прогресують щодня, і хоча схема значною мірою спрощена, вона добре демонструє велич семантичного поля гумору. Схема зображена на рис. 1.4.1



Рис. 1.4.1: Схема Шмідта-Гіддінга для семантичного поля гумору

Ми можемо додати до схеми такі поняття, як гра слів і двозначність, порушення табу, алюзія та інтертекстуальність або абсурд, які також є гумористичними явищами, але схема все одно не буде повною. Це не єдине питання, яке ми маємо вирішити, коли говоримо про семантичне поле гумору.

Незважаючи на те, що є деякі слова, які за своєю суттю можна вважати жартівливими, вони не можуть підпадати під категорію гумору, і, що важливіше, вони складають мізерний відсоток жартівливих випадків. Якби ми говорили, наприклад, про семантичне поле дерев, лексика була б більш-менш простою – ліс, стовбур, кора, дуб, бук, пальма, деревина тощо, і ми б знали, як визначити терміни, які належать до зазначеного семантичного поля в тексті чи дискурсі. Однак, говорячи про гумор, ми маємо працювати з абстрактним поняттям, і такі слова, як примха, кепкування чи глузування, не є маркером гумору в конкретній ситуації. Наприклад, візьмемо дуже простий жарт:

Лікар: Ви дуже хворі.

Пацієнт: Чи можу я отримати іншу думку?

Лікар: Так, ви також не надто вродливий.

Ми можемо чітко сказати, що це випадок навмисного гумору, ми навіть можемо сказати, який гумор присутній у цьому жарті – лікар зрозумів «іншу думку» в буквальному значенні фрази, а не в медичному, або навмисно, або випадково, таким чином, не виконуючи закон релевантності Грайса (див. 2.5.1). Однак ми не бачимо жодних слів із семантичного поля самого гумору, тому нам потрібно рухаючись далі класифікувати його як жарт, кепкування чи, можливо, насмішку. Тому ми повинні покладатися на інші критерії, щоб визначити випадки гумору. [26, с. 35]

Крім того, очевидним є те, що не всіх захоплюють однакові речі в цілому залежно від їхнього походження – освіти, релігії, статі, економіки, суспільства, віку тощо. Також пошук чогось смішного залежить від низки інших суб'єктивних змінних, серед яких наступні – аудиторія, оточення, емоційний стан людей, залучених у ситуацію, їхні стосунки або здатність оратора висловити дотепний жарт. Наприклад, те, що може здатися смішним під впливом алкоголю, може не виглядати таким смішним наступного дня. Деяких людей ображають сексуальні натяки, а інших ображають політичні посилання, що містяться в жарті

[19, с. 15]. Цікавим є те, що коли людям дається певна підказка, вони можуть сміятися, незважаючи на те, що не розуміють жарту [42, с. 2]

1.5 Теорії гумору та їх класифікація

Багато сучасних дослідників вважають, що гумор у своїй сукупності є надто величезним і багатомформним явищем, щоб його можна було включити в єдину інтегровану теорію.

Якщо ми хочемо узагальнити теорії гумору, то, згідно з Аттардо [16, с. 1], вони поділяються на три основні категорії: есенціалістська, телеологічна та субстанціалістична.

1. Есенціалістські теорії

Есенціалістські теорії намагаються описати те, що робить явище таким, яким воно є, беручи істотні (необхідні та достатні) умови для виникнення явища та визначаючи його.

2. Телеологічні теорії

Оксфордський словник *Advanced Learner's Dictionary* визначає телеологію як «теорію, згідно з якою події та розвиток мають на меті досягти мети й відбуваються завдяки цьому».

Телеологічні теорії визначають явища за їхньою метою та тим, як вони діють по відношенню до своєї мети.

3. Субстанціалістські теорії.

Субстанціалістські теорії знаходять об'єднуючий фактор для пояснення явища в конкретному контексті.

Хоча прихильники кожної теорії спочатку стверджують, що їх теорія здатна пояснити всі випадки гумору, жодна теорія не є повним інструментом, і вона закінчується використанням деяких інших елементів [16, с. 3–4]. Ці теорії не є ані хибними, ані правдивими, вони просто більш-менш корисні в даній

реальності [27, с. 10]. Вони часто можуть пояснити той самий випадок гумору однаково добре, лише з різних точок зору, але це стосується не всіх сценаріїв, напр. Класичний сценарій ковзання на банановій шкірці можна пояснити в основному теорією переваги – сміятися над падінням іншої людини.

Існує незліченна кількість теорій того, чому ми сміємося – у Психології сміху та комедії було описано аж 88 теорій гумору [27, с. 10], і хоча класичні теорії гумору та сміху часто з'являються під різними назвами в академічній літературі неодноразово згадуються три теорії гумору: теорія вивільнення, теорія переваги та теорія невідповідності [17, с. 147].

Ми пояснимо три панівні теорії, зосереджуючись на тому, як вони пов'язані з мовою та лінгвістикою та як ми можемо використовувати їх у наших дослідженнях.

1.5.1 Невідповідність

Теорія невідповідності, здається, є найбільш загальноприйнятою, оскільки під цей термін може підпадати багато комічних ситуацій. Тому він є найбільш описуваним у літературі як академічній, так і популярній [46, с. 27].

Чепмен і Фут визначили невідповідність як «конфлікт між тим, що очікується, і тим, що насправді відбувається в жарті» [39, с. 12]. Аттардо визначає це просто як невідповідність між двома ідеями [16, с. 48]. Відповідно до Ванделя, інконгруентність можна розглядати як протиріччя когнітивної схеми [50, с. 243] Артур Шопенгауер пропонує більш конкретну версію теорії невідповідності, стверджуючи, що гумор, що виникає через неспроможність концепції пояснити об'єкт думки, він також наголошує на елементі несподіванки, кажучи, що чим більша і несподівана невідповідність, тим сильнішим буде сміх. [46, с. 17] У згаданому вище розподілі Аттардо теорія невідповідності вважалася б субстанціалістичною. Вона знаходить об'єднуючий фактор, невідповідний, дивовижний елемент у контексті.

Це пояснює найбільш очевидну рису великої частини гумору: двозначність або подвійне значення, яке навмисно вводить аудиторію в оману, за яким слідує гострота жарту [42, с. 7].

У жарті наведеному в підпункті 1.4 логічно розуміти фразу «інша думка» в медичному та юридичному значенні «думка щодо питання, яке сперечається двома чи більше сторонами», але суть показує, що вона посилається на (або розуміється як) буквальне значення «ще одна ваша думка».

Головна лінія зазвичай не має безпосереднього сенсу для слухача, який, щоб зрозуміти жарт, повинен прийти до «розв'язки», яка у формі сценарію відповідає обом ситуаціям і дозволяє головній лінії лідирувати.

Це описав Раскін у своїй семантичній теорії гумору. Він додав до основної концепції поняття сценаріїв. Сценарій — це набір типової інформації, як-от добре налагоджені процедури та звичайні способи виконання завдань і діяльності [16, с. 27].

Відповідно до цієї теорії, гумор виникає, коли два сценарії накладаються один на одного. Перехід від одного сценарію до іншого досягається тригером семантичного перемикання сценарію в тексті, реалізованому ключовою фразою.

Ключова фраза вводить другий сценарій і змушує слухача переоцінити й інтерпретувати жарт інакше, ніж вони очікували [40, с. 114]. У нашому прикладі перша частина жарту активує сценарій медичної інформації, а інша – сценарій особистих думок.

Таким чином, теорія невідповідності гумору може бути підсумована трьома основними положеннями, коротко викладеними Россом [42, с. 8]:

- 1) Існує конфлікт між тим, що очікується, і тим, що насправді відбувається в жарті.
- 2) Конфлікт спричинений двозначністю на певному рівні мови.

3) Основний момент дивує, оскільки це неочікувана інтерпретація, але вона вирішує конфлікт.

1.5.2 Перевага

Філософ Томас Гоббс характеризував сміх як «раптову славу» через власний триумф або приниження гідності, заподіяне кимось іншим [42, с. 51]. Теорію переваги іноді називають теорією агресії, глузування або триумфу. Всі ці назви мають негативний відтінок, але прихильники цієї теорії кажуть, що не обов'язково відчувати себе вищим, почувши чи розказавши анекдот. Проте будь-яку жартівливу ситуацію можна прирівняти до гри, де є переможець та переможений.

Розрізнити їх і знати виграють вони або програють не завжди легко, але згідно з теорією переваги, жартівливі ситуації можна найкраще зрозуміти, знаючи, хто виграє, а хто програє, і якщо ми видалимо ці елементи, це позбавить жарт комічного ефекту [27, с. 9].

Якщо б ми пояснювали жарт, наведений у підпункті 1.4 з точки зору теорії переваги, то переможцем у ситуації був би лікар, а програв би пацієнт, якого називають не надто вродливим. Якби лікар використав інше слово, яке б не було принизливим, наприклад: Так, ви також дуже стильний, жарт би неодмінно втратив частину гумору.

Згідно з класифікацією Аттардо, теорія переваги вважалася б есенціалістською, оскільки в кожній ситуації важливо мати переможця та переможеного, щоб вважати її гумористичною.

Ця теорія пояснює, чому існує багато соціальних груп, які неодноразово використовуються як предмет жартів, хоча це залежить від культури – блондинки, поліцейські, тещі, євреї, політики, а іноді навіть жінки загалом часто постають об'єктами гумору. Хоча ні автор жарту, ні аудиторія не обов'язково погоджуються з припущенням, що всі ці групи дурні, некомпетентні чи нижчі,

передумова є загальнозрозумілою, і учасники розмови знають, коли сміятися. Заради сміху вони вдають, ніби суть жарту насправді була нижчою.

1.5.3 Вивільнення

З точки зору теорії вивільнення, люди сміються, тому що їм час від часу потрібно зменшити фізіологічну напругу. Теорія вивільнення передбачає, що сміх є результатом накопичення та випускання нервової енергії. У цьому погляді гумор в основному використовується для розкриття таємних бажань. Гумор, який пояснюється теорією вивільнення, зазвичай містить сексуальні та агресивні теми [46, с. 22].

Для прикладу візьмемо жарт, наведений у підпункті 1.4, пояснюючи його з точки зору теорії вивільнення, ми можемо сказати, що напруга була створена запитанням пацієнта, яке лікар міг сприйняти як дурне або дратівливе, і лікар зняв напругу, назвавши його не надто вродливим, що могло вважатися агресивним.

Не дивно, що найбільшим прихильником цієї теорії гумору був Зигмунд Фрейд, який у своїй книзі «Жарти та їх зв'язок з несвідомим» розглядає гумор як один із так званих механізмів заміщення, які дозволяють перетворити соціально табуйовані агресивні імпульси людини на прийнятні і таким чином запобігти витрачання додаткової розумової енергії на їх придушення. [24, с. 13]

Аттардо класифікував би теорію вивільнення як телеологічну теорію, оскільки вона має на меті визначити феномен гумору за його призначенням – зняття напруги. На відміну від попередніх двох теорій, теорія вивільнення не є достатньою для пояснення більшості випадків гумору, і це її найбільша критика: здається, вона не описує більшість випадків гумору, які виникають швидко, багато випадків не містять накопиченої енергії, яку потім необхідно вивільнити [46, с. 14].

1.6 Гумор в лінгвістичному аспекті

Ми зосередимося на двох лінгвістичних областях, першою з яких є прагматика та, конкретніше, імплікатура, принцип співпраці, розмовні аксіоми та те, як їх порушення може стати творцем гумору. Друга сфера – це гра слів і те, як каламбур або параномазія створюють гумор у мові. Це послужить нам основою для створення нашої власної класифікації мовного гумору в ситкоммах.

1.6.1 Гумор і прагматика

Росс стверджує, що гумор можна класифікувати як лінгвістичний, якщо ми реагуємо на аспекти мови в жартівливому висловлюванні [42, с. 5]. Це було б правильним для значної частини лінгвістичного гумору, який підпадає під категорію гри слів. Однак він не може охопити весь гумор, заснований не на семантичному значенні мови, а радше на прагматичному. Ми можемо знайти вдале визначення прагматики у Гуанга: Прагматика — це систематичне вивчення значення на основі використання мови або в залежності від нього [28, с. 2].

Прагматика є ключовою областю лінгвістики щодо гумору, оскільки розуміння контексту та намірів часто є ключовим для тлумачення гумору. Британський філософ Г. П. Грайс визначає істотну різницю між тим, що є семантичним значенням, і тим, що є значенням, яке для себе виокремлює мовець. Семантичне значення обмежується тим, що передає зміст речення, і не включає нічого іншого, що спікер, можливо, намагався передати. Це суто семантичне поняття. Значення мовця є прагматичним поняттям. Він включає в себе те, що мовець може пропонувати, натякати, передавати, вказувати - те, що він має на увазі, отже, термін Грайса охоплює те, що стоїть за буквальним, семантичним значенням – імплікатурою [37, с. 160].

Імплікатури – це те, що оратор не вимовляє безпосередньо, але натякає на щось своїми висловлюваннями, наприклад: За вами стоїть величезний лев! Натякає: Біжи!. Теорія імплікатури Грайса припускає, що існує принцип, який визначає спосіб використання мови для досягнення максимальної ефективності. Цей загальний вислів називається принципом співпраці [28, с. 25].

Принцип співпраці — це принцип, якого дотримуються всі мовці та слухачі, розмовляючи один з одним, щоб зрозуміти один одного. У ньому стверджується, що значення мовця можна розрахувати на основі семантичного значення та припущення, що мовці поведуться раціонально та співпрацюють [37, с. 160]. Щоб слідувати цьому принципу, ви повинні зробити свій внесок у розмову, який вимагається на етапі, на якому це відбувається, відповідно до прийнятої мети чи напрямку розмови, у якій ви берете участь [28, с. 25]. Без цього принципу звичайна розмова часто була б безглуздою, але коли люди свідомо не дотримуються його, виникає багато жартівливих ситуацій.

Грайс розбив принцип на чотири основні розмовні закони, які можна було б далі розбити на категорію правил, щоб пояснити, що таке раціональність і кооперативність насправді та як створюються імплікатури. [37, с. 160; 42, с. 39–40; 28, с. 25; 26, с. 26–28].

1. Закон якості

Не кажіть те, що вважаєте неправдою.

Не кажіть те, для чого у вас недостатньо доказів

Приклад:

У класі три учні Гаррі, Дженіс і Френк

А: Які студенти склали іспит?

В: Дженіс і Френк.

В виконує закон якості, як він вважає, і має достатньо доказів того, що Дженіс і Френк склали іспит.

Кожне висловлювання має бути правдивим згідно з цим законом. Тому навмисна брехня чи повідомлення у спосіб, який не відображає чесних намірів, є очевидним порушенням. На думку пізніших авторів, які розвинули теорію Грайса далі [33], це правило повинне мати вищий статус, оскільки без його чинності інші не можуть бути задоволені [28, с. 25]. Грайс використовує

практичну аналогію ситуації з випічкою: коли А просить цукру, він не очікує, що В дасть йому сіль.

2. Закон кількості

Дайте потрібну кількість інформації.

Не надавайте більше або менше інформації, ніж потрібно.

В дає відповідну кількість інформації - Дженіс і Френк склали іспит, тобто Гаррі не склав.

Якщо доповідач не надає потрібну кількість інформації і дає або занадто мало, або занадто багато, це буде сприйнято або як самонадіяність, або доповідач може вважатися некомпетентним. Грайс використовує аналогію з ремонтом автомобіля: якщо А просить у Б чотири гвинти, він не очікує, що В передасть йому два або шість гвинтів, але саме чотири [26, с. 28].

3. Закон релевантності

Головне надавати актуальну інформацію.

Щоб виконати цей закон, доповідач повинен надавати лише релевантну інформацію. Однак це правило, яке піддається критиці, оскільки доречність не завжди легко оцінити, коли розмова просувається природним шляхом.

В надає лише відповідну інформацію у своїй відповіді – лише імена студентів, які склали цей іспит.

Щоб повторити аналогію з випічкою; Якщо А просить В дати йому інгредієнти для торта, він не хоче, щоб В давав йому рукав для запікання чи ложку для змішування, навіть якщо ці предмети можуть бути доречними пізніше [26, с. 28].

4. Закон манер

Надайте чітку, стислу та впорядковану інформацію.

Уникайте неясності висловлювань і двозначності.

В — короткий і впорядкований; він прозорий і чітко виражений – його висловлювання точно відповідає на запитання А, не будучи двозначним.

Грайс не використовує практичну аналогію для цього закону, він просто говорить: «Я очікую, що партнер ясно дасть зрозуміти, який внесок він робить, і виконає свою роботу з високою швидкістю» [26, с. 28].

Існують різні випадки, коли закон може залишитися невиконаним [20]. Ми пояснимо різні типи невиконання, а також спробуємо навести приклад із Друзів.

1. Закон може бути порушений

Порушення має місце, коли мовці тихо й ненав'язливо не виконують закон [26, с. 30]. Вони можуть утриматися від застосування певних принципів у своїй розмові заради власної вигоди. Або цілеспрямовано викликати непорозуміння з боку їх учасників, коли людина бреше, вона порушує закон якості [30, с. 122].

С1:Е1

Моніка : Усе життя на батьківській шиї не проживеш.

Рейчел: Знаю. Тому й хотіла вийти заміж.

Фібі: Не займай її, їй важко уперше в житті опинитися на волі.

Рейчел: Дякую.

Фібі: На здоров'я. Пам'ятаю, як я приїхала в це місто, мені було 14, мама недавно повісилась, вітчим сидів у тюрмі. Я нікого тут не знала. Довелось жити з одним альбіносом, який мив шибки коло портового управління. Потім і він повісився, а я захопилася ароматерапією, тож повір, я тебе розумію.

У цьому випадку порушується закон кількості. Вважається, що частина промови Фібі, яка підкреслена, містить більше інформації, ніж потрібно.

С1:Е1

Моніка: Тут нічого казати! Просто ми з ним працюємо!

Джої: Та ну, ти з ним домовилась про побачення! У ньому мусить бути щось не так!

Чендлер: Він горбатий? Горбатий і лисий?

Фібі: Може він крейду їсть? (Всі дивляться...)

Фібі: Не хочу, щоб і вона терпіла таке як я з Карлом!

Тут Фібі порушує закон релевантності, кажучи щось, що не має відношення до того, що раніше обговорювалося групою. Вона не знущається з Моніки; вона щиро хвилюється за неї, але використовує висловлювання, яке абсолютно не відноситься до теми.

2. Закону можна уникнути

Уникнення закону відбувається, коли учасник свідомо не хоче співпрацювати та робити внесок в обмін так, як того вимагає закон. Спікер також може зовсім відмовитися від принципу співпраці. Це можна продемонструвати використанням мовних границь у розмові [28, с. 26]:

Уникнення закону кількості

Мені, мабуть, не потрібно цього говорити, але...

Як ви, напевно, вже знаєте,...

Уникнення закону якості

Я не впевнений, але думаю...

Я можу помилятися, але...

Уникнення закону релевантності

Я не знаю, чи це відповідь на ваше запитання, але

Я не хочу змінювати тему, але...

Уникнення закону манер

Я не знаю, як це сказати простіше...

Не знаю, чи це має сенс, але...

Уникнення принципу співпраці [26, с. 28].

Мій рот на замку.

Краще не буду говорити.

3. Може відбутися зіткнення законів.

Зіткнення законів може статися, коли виконання одного закону заважає вам виконати інший:

А: О котрій годині Гюнтер повертається з Греції?

В: Десь наступного тижня.

Закон кількості не виконується – В не надає необхідної кількості інформації, оскільки В не знає, коли повернеться Гюнтер, тому, не матиме адекватних доказів і, отже, не відповідає закону якості. Відповідно до принципу співпраці А може припустити, що В намагається бути максимально інформативним і тому не знає, коли повернеться Гюнтер.

4. Законом можна нехтувати

Нехтування дорівнює експлуатації закону. На відміну від порушення закону, при його зневазі оратор не має на меті ввести в оману чи викликати непорозуміння, а навпаки. Спікер хоче, щоб реципієнт точно розумів, що він говорить і використовує закон, щоб передати прихований зміст, який, як він очікує, інша особа зможе розшифрувати [30, с. 123].

Порушуючи закон якості, ви можете створювати багато образів мови, таких як гіпербола (я з'їв сьогодні мільйон тістечок!), мейоз (Це не дуже серйозно. У мене малесенька пухлина мозку) або метафора (я вибухнув, коли я почув чутки). Порушення цього закону також є поширеним способом створення певного типу гумору, а саме іронії, сарказму та гумору, заснованому на

двозначності [26, с. 28]. Давайте візьмемо кілька прикладів із телесеріалу, який досліджується:

С1:Е1

Моніка знайомить своїх друзів із своїм новим бойфрендом Полем.

Моніка: Пол, це всі. Всі, це Пол.

Джої: Здоров, пол.

Росс: Привіт, Пол.

Фібі: Привіт, Пол.

Рейчел: Привіт, Пол.

Чендлер: Вибач, не розчув ім'я. Пол, так?

Чендлер порушує закон якості. Він чув ім'я Пола стільки разів, тому його неможливо забути, тому твердження «Не розчув ім'я» не відповідає дійсності та має іронічне значення.

С1:Е6

Усі друзі прийшли на виставу, де Джої грає роль. Він виходить із-за лаштунків після вистави і приходять привітати своїх друзів.

Всі: Ось і він! Ти грав у виставі! Я не знав, що ти вмієш танцювати!

Джої: Ну як вам?

(Пауза)

Всі: Ти грав у виставі! Я не знав, що ти вмієш танцювати!

Джої грав у театральній виставі і хотів, щоб друзі оцінили його гру, а точніше зробили йому комплімент. Друзям явно не сподобалася його гра, але вони не хочуть брехати (бажають максимально дотримуватися закону якості), тому вони придумують купу емоційно незабарвлених тверджень – ні негативних, ні позитивних, таким чином не даючи чіткої відповіді на його запитання.

У цьому випадку вказівка не бути незрозумілою за законом манер, порушується. Закон манер зосереджується не на тому, що говорить оратор, а більше на тому, як він це говорить. Нехтування цим законом часто трапляється, коли ви намагаєтеся не образити людей і, таким чином, говорите лише те, що є правдою, але не має семантичної цінності. [30, с. 128]

C10:E1

Щоб позбутися свого кучерявого волосся, Моніка йде до перукарні та робить собі косички з мушлями у волоссі. Вона виглядає смішною для всіх інших, але їй, очевидно, подобається її нова зачіска.

Моніка: Оцініть!... Ну, що думаєш?

Чендлер: Я бачу твої скальп.

Моніка: Тобі подобається?

Росс: Так, звичайно. У тебе на голові мушлі.

Чарлі: Це дуже круто! П'ять балів!

Моніка: А тепер слухайте. (трясе тілом, так щоб мушлі цокотіли)

Чендлер: Два в одному, тішить не тільки очі, а й вуха.

Усі бачать, що Моніці подобається своя зачіска, вони не кажуть їй, що вони ненавидять її, а радше кажуть речі правдиві, але дуже розпливчасті, і аудиторії зрозуміло, що вони ненавидять її, хоча в цьому випадку, Моніці незрозуміло. Вони знову порушують закон манер.

1.6.2 Гра слів

Гра слів є невід'ємною частиною мови та є природною для людського розуму. Загалом, під категорію гри слів потрапляють жарти, у яких слова використовуються в розумній та кумедній формі. У найпоширеніших типах гри слів використовується слово, яке має два значення, або різні слова з однаковим

звучанням [55]. Це тип гумору, який найбільш очевидно підпадає під категорію лінгвістичного гумору.

Якщо ми повернемося до Росс, яка каже про теорію невідповідності: конфлікт спричинений двозначністю на певному рівні мови. Ми могли б віднести більшість випадків гри слів до категорії двозначності, і тому їх можна було б загалом пояснити теорією невідповідності, хоча прихильники теорії переваги стверджують, що гра слів також є грою, яку потрібно виграти [27, с. 131].

Ми вирішили слідувати дослідженням Делабастіти, оскільки вони дають класифікацію, якої можна дотримуватися більш загально. Серед лінгвістів точаться дискусії щодо співвідношення понять каламбуру та гри слів. Немає загальної згоди щодо того, чи слід вважати їх синонімами. Хоча каламбур за своєю суттю гумористичний, гру слів можна розглядати як ширший термін, що охоплює будь-який тип гри слів, не обов'язково пов'язаної з гумором. [21, с. 128] К'яро, наприклад, стверджує, що каламбур — це лише підкатегорія гри слів, і тому ці поняття не слід використовувати як взаємозамінні [19, с. 4]. Проте гра слів у вузькому сенсі для більшості науковців дорівнює каламбуру [25, с. 271].

У цьому дослідженні каламбур і гра слів використовуються таким чином, щоб значення було ближче до розмовного значення слова каламбур, а не до буквального тлумачення гри слів як будь-якої гри слів. Делабастіта також використовує каламбур і гру слів як синоніми. Делабастіта пропонує таке визначення гри слів:

Гра слів — загальна назва різноманітних текстових явищ в яких структурні особливості використовуваної мови (мов) використовуються для того, щоб створити комунікативно значущу конфронтацію двох (чи більше) мовних структур з більш-менш подібними формами та більш-менш різними значеннями [21, с. 7].

Це означає, що випадки гри слів – каламбури протиставляють мовним структурам з різними значеннями на основі їх формальної подібності.

Делабастіта далі розвиває категорії лінгвістичної структури каламбурів і пропонує наступну категоризацію відповідно до мовних засобів, які використовуються для досягнення гри слів [21, с. 9]:

Фонологічна та графологічна будова

Оскільки мови мають обмежену кількість фонем, графем та їхніх комбінацій, неминуче існують слова, які абсолютно не пов'язані семантично, але мають подібну або ідентичну форму.

Делабастіта пропонує загальну типологію каламбурів на основі фонологічної та графологічної структури з точки зору омонімії — ідентичного звучання та написання, омофонії — однакові звуки, але різне написання, омографії — різні звуки, але однакове написання та паронімії — невеликі відмінності як у написанні, так і в звучанні [21, с. 8].

Далі вчений розрізняє два випадки гри слів: вертикальну та горизонтальну. Якщо дві розглянуті лінгвістичні структури присутні в одній частині тексту (тобто один із компонентів каламбуру практично відсутній у тексті), ми класифікуємо його як вертикальну гра слів. Якщо дві лексичні одиниці зустрічаються одна за одною, ми називаємо це горизонтальною грою слів [21, с. 9].

РОЗДІЛ 2

ПЕРЕКЛАД У РАМКАХ КУЛЬТУРИ ТА АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ ПЕРЕКЛАД

2.1 Переклад як інструмент міжкультурного порозуміння

Деякі антропологи не схвалюють культурний переклад. На їхню думку, культура прагне до певної узгодженості, яка може бути прихована в людському мисленні та практиці. При цьому перекладач, зайнятий у сфері культурного перекладу, повинен володіти значно ширшим колом знань, ніж той, який йому дається в тексті. [1, с. 208]

Крім того, оскільки одні культури та суспільства домінують над іншими, культурний переклад не є належним чином вирівняним, у результаті чого уряди його обмежують. Для того, щоб текст був культурно зрозумілим для читачів, мова перекладу має бути культурно домінуючою відносно тексту оригіналу. Поняття культури важко зрозуміти, тому культурний переклад має бути обмеженим. Існує багато меж між цивілізаціями, які необхідно розрізняти. Теорія американського лінгвіста й антрополога Едварда Сепіра пояснює обмеження культурного перекладу так: «Світ різних суспільств унікальний, і це аж ніяк не світ із різними ярликами». «Кожна мовна спільнота має свій власний світогляд». , що відрізняється від інших суспільств, що свідчить про те, що існують різні світи, визначені мовою» [6, с. 40].

Лінгвістична наука про переклад ще молода, оскільки досі не має загальноприйнятої назви. У різних джерелах можна зустріти такі терміни, як «перекладознавство», «транслатологія», «теорія перекладу» тощо. Лише з другої половини ХХ століття вивчення особливого виду мовленнєвої діяльності «переклад» почало формуватися в самостійну дисципліну лінгвістики. Переклад є давньою і важливою діяльністю людини, без перекладу важко уявити такі важливі історичні події: створення великих імперій з великою кількістю багатомовних народів, утвердження панівних національних культур, релігій і соціальних вчень [3]. Актуальність цього питання привертала увагу

багатьох з давніх часів Аристотель, Ф. Боас, Вольтер, І. Г. Гердер, В. фон Гумбольдта, І. Канта, Л. Шпіцера та ін.

Будь-яке спілкування - це складний і багатофункціональний процес обміну інформацією між людьми, і кожен має свій життєвий досвід і власну картину світу. Культурна картина світу мережево реалізується в мові, де зберігається та передається від покоління до покоління. Для ефективного спілкування між представниками різних культур недостатньо подолати мовні бар'єри. Для цього необхідно подолати культурні бар'єри. Як зазначав В. В. Корнієнко, об'єктивним чинником формування міжкультурної комунікації є відмінність культур, яка формується в процесі становлення етнічних культур [9, с. 48].

На думку чеських лінгвістів В. Матезіуса та В. Прохазки, переклад – це не лише заміна мови, а й функціональна заміна елементів культури. Ця заміна є неповною, оскільки важко задовольнити вимогу «читання перекладу як оригіналу», оскільки вона передбачає повну адаптацію тексту відповідно до норм іншої культури [45, с. 42]. Відповідно до семантичної концепції культури, вона не являє собою статичну систему, але систему, яка постійно «використовується», продукуючи різноманітні значення, замінюючи за певних умов одні, переосмислюючи, переоцінюючи інші, запозичуючи нові, перекладаючи свої власні в інші культури тощо [9]. Саме врахування культурної специфіки в процесі перекладу дає нам змогу розглядати переклад з точки зору міжкультурної комунікації, оскільки вона передбачає подолання культурної дистанції.

Важливу роль у перекладі відіграють нетекстові комунікативні чинники. З одного боку, вони можуть справляти ефект, який іноді гостріший за рідну мову і здається більш поетичним, звучним і образним, ніж є насправді. З іншого боку, нетекстові комунікативні чинники, нелінгвістична інформація тексту можуть призвести до міжкультурних непорозумінь, у яких перекладачам

доводиться мати справу з тематичними, мотиваційними, ситуативними, естетичними чинниками.

Через нескінченні економічні та культурні взаємозв'язки між державами та народами, будь-яка соціальна епоха охарактеризована в кожній національній мові своїм специфічним словниковим запасом. Поява в мові нових термінів для позначення наукових, соціальних, політичних та інших понять ніколи не обмежується рамками цієї мови, а завжди запозичується (через переклад) з інших мов, створюючи таким чином спільний міжнародний словник [12, с. 28].

Кожна розвинена мова містить значний словниковий запас виключно завдяки перекладу. У сучасну епоху навали інформації, з розвитком науки і техніки, появою багатьох нових національних держав, які сприяли розвитку міжнародних відносин, масштаби перекладацької діяльності вражаюче зросли і, можна сказати, вийшли на новий етап в історії перекладу.

У сучасному світі переклад є важливим засобом спілкування між людьми, які розмовляють різними мовами та належать до різних мовних і культурних областей. У даному контексті переклад вважається особливим видом міжкультурної комунікації. Основним об'єктом спілкування є людина, яка використовує комунікативні здібності задля забезпечення власного життя, формування стосунків з іншими. Всі ми знаємо, що 70% часу людина проводить у спілкуванні. Без ефективної комунікації зупинилася б велика кількість виробничих процесів. [9, с. 8]

Знати культуру іншого народу - одна з найважливіших функцій перекладу. Перекладачі сприймають іншомовну текстову діяльність з лінгвокультурної перспективи іншомовного суспільства, а потім переходять на рідну термінологію. Тому, щоб отримати якісний і грамотний переклад, необхідно також приділити увагу вивченню рідної мови та культури. Оскільки міжкультурна комунікація відбувається під час процесу перекладу, важливо дотримуватися стилю перекладу, а не просто видозмінювати фрази.

У будь-якому етнічному співтоваристві мовна система дає змогу ідентифікувати культурні особливості іншої мови. Таким чином, мова передає інформацію про одну культуру іншій. Оскільки культура розвивається в напрямку співпраці на основі культурного обміну, мова як її елемент є засобом спілкування. Тому в процесі перекладу необхідно зберегти культурні особливості. Щоб текст був адекватним для перекладу, перекладач повинен бути знайомий з культурою, цільовою аудиторією та метою спілкування вихідної мови та мови перекладу. Слід пам'ятати, що, незважаючи на культурні відмінності, не завжди можна відтворити точний переклад, єдиний можливий – наближений. Так як, чим більша подібність між системами та культурами двох мов, тим якіснішою буде еквівалентність перекладу в умовах міжкультурної комунікації. [9, с. 12]

2.2 Види та особливості аудіовізуального перекладу

Як культурне явище кінематограф можна розглядати з семіотичної точки зору як комунікативний процес, який можна підтвердити лише кодом [23, с. 31]. Код — це система знань або правил, відомих реципієнтам за допомогою яких встановлюється відповідність між тим, що представляє один блок, і тим, що представляється в цілому. У кінематографічному дискурсі комунікативний процес завершується, коли фільм і глядач зустрічаються завдяки існуючим кодам і правилам. Юрій Лотман припустив, що сила кінематографічного впливу полягає в різноманітності побудованої, добре організованої та максимально сконцентрованої інформації. У цьому випадку під інформацією розуміють усі інтелектуальні та інші структури, які передаються аудиторії [34].

Аудіовізуальний переклад – це, як правило, переклад вербальної складової відео. Головною його особливістю є синхронізація вербальних і невербальних компонентів. Маючи справу з аудіовізуальним продуктом, перекладачі працюють не лише з текстом, а й з іншими аспектами медіа-мистецтва, які мають поліфонічний характер. Таким чином, вони працюють з діалогами або

коментарями, звуковими ефектами, зображенням і атмосферою відео. Г. Готліб виділяє чотири основні канали інформації, які враховуються під час перекладу:

- 1) вербальний аудіоканал: діалоги, закадрові голоси, пісні;
- 2) невербальний аудіоканал: музика, звукові ефекти, закадрові звуки;
- 3) словесно-візуальний канал: субтитри, знаки, примітки, написи, що з'являються на екрані;
- 4) невербальний візуальний канал: картинка на екрані [43, с. 13].

Співіснування багатьох семантичних знаків, що складають значення, забезпечує перехід від одного семіологічного комплексу до іншого в аудіовізуальному перекладі. Іншими словами, утворюються два семіологічні комплекси: оригінал і переклад [7, с. 20]. Поняття еквівалентності набуває нового тлумачення і значно розширюється щодо мультимедійного характеру перекладу.

Рівність аудіовізуального перекладу — це не лише еквівалентність між мовними елементами двох мов, але й адекватний зв'язок між вербальними та невербальними структурами окремо в оригінальному творі та його перекладі. Німецький вчений Томас Гербст запропонував у підході теорії синхронізації розрізняти три основні рівні еквівалентності: рівень значення тексту, рівень синхронності та рівень функції тексту [35, с. 18].

Рівень змісту тексту представляє зміст аудіовізуального продукту в цілому та кожної завершеної сцени. Він інтерпретує текст як єдине ціле і має бути орієнтований в термінах еквівалентності. Цей рівень також охоплює всі значущі елементи, а також включає текст у його значенні в одному конкретному мовленнєвому акті, який передається в конкретній ситуації. Він також має справу з граматичним, стилістичним і прагматичним прийняттям перекладу. На цьому рівні текст слід розглядати з точки зору його специфічного культурного походження, особливо якщо культурні явища в тексті мають важливе значення для розуміння змісту тексту.

Рівень синхронності включає все, що є результатом фіксованої ситуації та референтних рамок, що означає як збіг зображення та звуку, так і вихідного та цільового тексту. Розрізняють якісну та кількісну синхронність губ; синхронізація губ щодо темпу мовлення; синхронність губ щодо чіткості артикуляції; синхронність ядра, відома як синхронність наголошених складів і жестів; відповідна синхронність, що означає пряме посилення тексту на ситуаційний контекст. Синхронність між самим мовленням і візуальною інформацією є однією з найбільших труднощів аудіовізуального перекладу. Термін «синхронність губ» скоріше розуміється як можлива точна імітація рухів губ оригінальних акторів таким чином, що глядачі взагалі не помічають порушень і вони не кидаються в очі. [14, с. 115]

Останній рівень функції тексту, на якому розглядається текст усього синхронізованого фільму, містить цілі запланованого ефекту, що містять специфічні для адресата компоненти. Крім того, принципово неможливо, щоб цільовий текст мав ті самі функції, що й оригінальний текст в оригінальній культурі. Цей рівень також передбачає, що текст сприймається як оригінал і, таким чином, будуть показані домінуючі функції оригінальних текстів.

Види аудіовізуального перекладу

Вчені приблизно виділяють десять видів аудіовізуального перекладу. Однак їх можна об'єднати у дві великі підгрупи: озвучування та субтитрування. Ревойсинг – термін, який використовується для позначення аудіовізуальних методів перекладу з метою повного або часткового покриття тексту оригінального твору новим текстом цільової мови. Таким чином, озвучування можна поділити на такі види: озвучення або напівдубляж, дикторський текст, аудіодискрипція, вільний коментар і дубляж [17, с. 46].

Закадровий голос – це точний переклад вихідного повідомлення, здійснений в синхронному режимі, який здебільшого використовується в контексті монологічного мовлення, наприклад, відповіді на питання в інтерв'ю або кількох реплік однієї особи. Озвучування передбачає накладання звукової

доріжки цільового тексту поверх приглушеної звукової доріжки оригінального тексту. У цьому виді аудіовізуального перекладу регіональні діалекти, акценти чи особливості мовця не беруться до уваги [34].

Наступний тип озвучування – це нарація, яка визначається як техніка аудіовізуального перекладу, яка не зосереджується на рухах губ оригінального тексту та не спрямована на повне відновлення вихідного тексту, а прагне до більш точного перекладу вихідного тексту в одночасному режимі. Озвучування та дикторський текст дуже схожі, але Люйкен вважає розширення перекладу відмінною рисою. Розповідь — це розширений голос за кадром, який характеризується формальними граматичними структурами або навіть використанням кількох голосів [37, с. 156].

Вільний коментар — це різновид голосу за кадром, який не зосереджується ні на рухах губ оригінального тексту, ні на вірності цільового тексту, а також не на одночасному режимі виконання, але є вільним і часто виконується в різних режимах перекладу, який зазвичай доповнюється різними публіцистичними елементами, а текст висвітлюється частково або повністю [29].

Аудіодескрипція перетворює візуальну інформацію в слова, передає візуальний образ в усну мову, доповнюючи таким чином звуки і діалоги з фільму.

Звуковий опис виконує дві функції. З одного боку, це аудіовізуальний знак фільму, який незрячий не має можливості осягнути. З іншого боку, він доповнює «ціле» поясненнями звуків, які зрозумілі лише через їх зв'язок із зображеннями, подібно до субтитрів. Аудіоопис включає інтерсеміотичні процеси передачі, які виходять за межі мовних чи культурних визначень традиційних концепцій перекладу. Ефективність звукового опису залежить від того, як всі ці знаки пов'язані один з одним. Аудіоопис — це описовий метод вставлення пояснень і опису обстановки, персонажів і дій, які відбуваються в різних аудіовізуальних засобах, коли ця інформація про ці візуальні елементи не пропонується в звичайній аудіопрезентації [50].

Золоте правило аудіодескрипції пропонує «описуйте те, що ви бачите». Аудіодескрипція візуалізує людей, предмети, дії і, що більш важливо, відображає настрій і емоційний вплив сцени. Глядачі повинні мати власну думку та робити висновки. Тому дуже важливо не змінювати і не тлумачити, а завжди описувати лише найбільш суттєві риси сюжетних ліній і дій. Аудіодескрипція високої якості використовує лексику та синтаксичні конструкції, які орієнтовані як на аудиторію, так і на особливості описуваних матеріалів та намагаються передати хоча б частину, якщо не всі візуальні ознаки фільму чи запису. Мова, яка використовується в аудіоописі, має бути точною, значною, але не абстрактною [50].

РОЗДІЛ 3

ПЕРЕКЛАД ГУМОРУ В АМЕРИКАНСЬКОМУ ТЕЛЕСЕРІАЛІ «ДРУЗІ»

3.1 Труднощі передачі комічного в перекладі

Система цінностей різних культур змінюється доволі повільно. Це призводить до того, що певний жарт або комічна ситуація може викликати сміх в одній культурі, але гнів та обурення в іншій. Часто гумор породжує протиріччя через різницю у сприйнятті оточення. Це протиріччя може проявлятися в рамках одного соціального класу. Тому можна сказати, що масштаби можливих протиріч між різними народами дуже великі, оскільки подібні ситуації можуть виникати навіть у межах однієї культури [24, с. 65]. Цей факт підкреслює, наскільки важко передати у перекладі гумористичні елементи максимально наближено до оригіналу.

Недостатнє знання історії чи повсякденних реалій американського життя призводить до неможливості зрозуміти всю глибину американського гумору. Коли перекладач не розуміє суті жарту чи комічної ситуації, комічний ефект жарту чи ситуації часто втрачається в перекладі. Це свідчить про складність роботи перекладача.

Перекладачі, які займаються перекладом жартів, повинні враховувати національні особливості мови оригіналу і обирати саме такі еквіваленти чи відповідники, які будуть зрозумілі читачеві або аудиторії мови перекладу. Часто під час використання жартів створюються комічні ситуації, зрозумілі не кожному, адже тонке почуття гумору передається за допомогою гри слів. Гумор буває різний, але саме той, що походить з гри слів можна віднести до категорії інтелектуального гумору. Переклад гри слів з однієї мови на іншу доволі складний. Труднощі можуть виникнути навіть при перекладі найпростіших слів. На думку О. П. Єрошина, компенсація вважається основним способом перекладу жартів [13]. Цей прийом широко використовується перекладачами при передачі гри слів різними мовами.

Перекладаючи гумор з однієї мови на іншу, автор повинен спочатку зрозуміти структуру жарту. Наприклад, один популярний американський анекдот про чоловіка, який має двох дружин. На смертному одрі він називає спадкоємцями своїх двох дружин. Одна дружина помирає із заповітом, залишивши все іншій. Інша дружина подає заяву про банкрутство і втрачає все. У перекладі має бути збережена логіка оригіналу, зберігаючись акцент при зміні структури жарту. Збереження оригінальної структури жарту затьмарить головну лінію і зруйнує гумор. [15, с. 56]

Як приклад, «співпереживання» — це почуття, яке в тій чи іншій формі відчуває більшість людей. Оскільки більшість людей у тій чи іншій формі відчували емпатію, логічно, що більшість людей розуміють, що таке емпатія, коли хтось говорить їм про співчуття. Однак, коли та сама людина згадує, що відчуває співчуття до собаки чи кішки, мало хто зрозуміє, що вони мають на увазі. Відчуття є суб'єктивним і унікальним для кожного суб'єкта; неможливо імітувати емпатію будь-яким способом, який буде зрозумілий кожному, хто це читає.

Наприклад: нещодавній заголовок у *The New York Times* заявив, що «Переклад гумориста». Підзаголовок пояснював, що в жарті (спочатку розказаному Анансі Райт) кілька чорношкірих персонажів розмовляли «мовою жестів». Кожен персонаж мав різні вирази обличчя та рухи тіла, щоб проілюструвати їхні почуття та думки під час взаємодії з білими персонажами. Хоча комусь це може здатися очевидним — зрештою, будь-хто може розповісти вам, що таке співпереживання — інші можуть не знати мови жестів і важко її зрозуміти без візуальних посібників. Тому, намагаючись перекласти будь-який тип гумору іншою мовою, необхідні різноманітні структури оповідання та супровідні ілюстрації.

Під час спроби перекладу гумору з однієї мови на іншу існує багато міркувань, необхідних для збереження логіки та яскравості. При перекладі

будь-якого виду гумору перекладач повинен звернути пильну увагу як на структуру жарту, так і на власний нахил.

3.2 Перекладацькі мікростратегії

У цьому дослідженні мікростратегії перекладу використовувалися як готовий інструмент діагностики, але вони все ж заслуговують принаймні короткої згадки та є темою цього підрозділу. Ми прийняли відносно недавно класифікацію, запропоновану Шьольдагер, Готліб і Клітгаард [43], яка базується на розрізненні макро- та мікростратегій: перші діють на вищому рівні та стосуються загального змісту як вихідної, так і цільової мови [43, с. 89–92], а в останньому вказано точні засоби, за допомогою яких це досягається, що полегшує та допомагає систематизувати переклад процес. Тому ми прийняли три доступні макростратегії – прямий переклад, непрямий переклад і трансформація – і відповідні субдомени – мікростратегії. Використовуючи традиційне розмежування на мову оригіналу (МО) і мову перекладу (МП), ми застосували перелік, запропонований Шьольдагер, Готлібом і Клітгаардом, який відображено в таблиці 3.2.1.

Таблиця 3.2.1

Аналіз перекладацьких стратегій та їх визначення

Перекладацька стратегія	Мікростратегія	Визначення
Прямий переклад	Запозичення	Вихідний текст та текст перекладу збігаються
	Калькування	У МП використовуються такі ж самі конструкції або фрази, як і в МО
	Дослівний переклад	Переклад слово в слово зі збереженням правильної граматики та ідіоматичності в МП та збереженням того ж самого значення

Продовження таблиці 3.2.1

Перекладацька стратегія	Мікροстратегія	Визначення
Непрямий переклад	Пояснення	Опрацювання інформації в МО та її більш детальне викладення
	Перефразування	Вільний переклад
	Конденсація	Інформація в МП стиснута і зроблена менш явною, ніж в МО
	Транспозиція	Клас слів у МО замінюється іншим класом слів у МП без втрати значення
	Модуляція	Містить незначну зміну значення або повідомлення
	Еквівалентність	У МП використовуються інші стилістичні засоби, ніж у МО, зберігаючи те ж саме значення
	Адаптація	Елемент, що відноситься до конкретної культури, в МО перекладається відповідною фразою, яка була б зрозуміла і ефективна для носія МП
Трансформації	Заміна	Термін з МО перекладається еквівалентом цього терміну в МП
	Повторення	Формальні компоненти МО відображаються в МП
	Вилучення	Певні слова чи фрази, присутні в МО, вилучені з МП
	Доповнення	Деякі елементи, відсутні в МО, додані до МП
	Переставляння	Певна фраза або слово з'являється в іншому місці, ніж у МО

3.3 Методологія перекладу гумору

Для аналізу відібрано сто тридцять вісім епізодів відомої телевізійної ситуаційної комедії (ситкому) «Друзі». Цей ситком подобається багатьом глядачам і він отримав низку нагород, таких як «Золотий глобус» або «Еммі» [48, с. 4]. «Друзі» також користуються популярністю серед українців; отже, мовний і культурний вибір перекладачів, зроблений під час перекладу жартів українською, заслуговує детальнішого вивчення, особливо в світлі того факту, що очевидні труднощі перекладу вже були прокоментовані [49]. У цьому дослідженні ми зосередилися саме на гуморі та його перекладі, а також мікροстратегіях перекладу, описаних вище. Ми також намагалися виявити будь-які проблеми, які могли виникнути під час перекладу гумору.

Емпірична частина проводилася наступним чином. Методом повного відбору ми зібрали всі випадки гумору зі ста тридцяти восьми серій (кожна мала англійські субтитри та український дубляж), критерієм збору жартів була наявність сміхового фону. Кілька випадків невербального гумору були виключені, оскільки вони не охоплені теорією. У результаті було зібрано 624 екземпляри. Вони були розділені на шість великих груп відповідно до типу сценаріїв, визначених у жарті, і включали наступне: а) загальні сценарії, б) сценарії з табуйованим або соціально неприйнятним змістом, в) сценарії з іронією, г) сценарії з грою слів, д) сценарії як протиставлення сказаного і того, що мається на увазі, і е) сценарії з нецензурними висловлюваннями. Ці групи заслуговують на подальший коментар. Група загальних сценаріїв, яка виявилася найбільшою, містить випадки гумору, які є гумористичними через протиріччя двох сценаріїв у жарті. Вони позначені як загальні, оскільки не підпадають під жодну іншу категорію, виділену нижче; скоріше, два різні сценарії просто зібрані разом, щоб суперечити один одному. Сценарії з табуйованим або соціально неприйнятним змістом містять яскраві репліки, які вважаються неввічливими, некоректними або недоречними для сміху в публічних місцях, і в цілому їх можна назвати чорним гумором. Сценарії з іронією передають певний іронічний зміст. Ця група відрізняється від групи із загальними сценаріями тим, що вона містить іронію як прихований сценарій, що міститься в більшому сценарії. Сценарії як гра слів містять випадки гумору, засновані на кумедній, несподіваній або дотепній грі слів. Ця група відрізняється від інших, оскільки її основна увага зосереджена на лексиці, при цьому другий сценарій зазвичай не є іншою ідеєю, а кумедним словом або образною фразою, яка є жартівливою через свою структуру. У сценаріях, таких як протиставлення між сказаним і тим, що мається на увазі, фактичні слова мовця суперечать його/її передбачуваному значенню. Жарти цієї групи є переважно проявами брехні чи заперечення. Сценарії з нецензурними висловлюваннями містять лайливі слова, які надходять як другий сценарій; жарти цього типу сформовані в окрему групу завдяки особливій конотації, яку

вони передають: хоча подібні до гри слів, жарти з цієї групи передають помітно сильнішу та більш негативну конотацію, ніж проста гра слів.

У нашому дослідженні ми також порівнювали сценарії англійською (МО) та українською (МП) і відзначали, чи були відповідні сценарії однаковими чи різними, утворюючи дві відповідні групи. Отже, якщо сценарії МО та МП були однаковими, їх відносили до групи однакових сценаріїв; якщо вони були різними, їх було розміщено в групі різних сценаріїв. В обох групах випадки гумору порівнювалися з точки зору стратегії перекладу, а саме прямиї переклад, непрямий переклад або трансформація та відповідна мікростратегія. Ми також використовували систему кодування для визначення сезону та епізоду (наприклад, Епізод 1 кодується як S10E1), таким чином посилаючись на жарти, що аналізуються.

Усі випадки гумору та його переклад подано в таблицях з подальшим коментарем. Аналіз самого жарту зосереджувався на ключовій лінії, яка завжди є останнім реченням або словом останнього мовця. Ми також розглянули релевантність вибраної мікростратегії, а також зв'язок між певним сценарієм і невідповідність.

Крім того, створено додаткову групу, яка містить своєрідний вибір перекладача, щоб зберігати найцікавіші рішення перекладача, прийняті під час жарту. Нарешті, виходячи з нашого припущення, що переклад гумору залежить від культури та суспільства, було виділено групу зі 118 жартів, у яких культурна (не)адаптація обговорюється з ближчої точки зору.

3.4 Аналіз перекладу жартів (на матеріалі американського телесеріалу «Друзі»)

Однакові сценарії

Таблиця 3.4.1

Мікростратегія: Адаптація. Культурно адаптований зміст.

Жарт про Альфа та Перекотиполе	
Контекст	
Моніка засмучена через те, що друзі поміняли партнерів. С10Е1	
Англійська (МО)	Українська (МП)
<p>Monica: Ross and Charlie. Joey and Rachel. Phoebe and Mike. We're the only ones leaving with the person we came with!</p> <p>Chandler: That's not true. I came with Monica, I'm leaving with Weird Al.</p> <p>Monica: Okay, I've had it with the hair jokes. Tomorrow I'm going to the salon.</p> <p>Chandler: Okay, Buckwheat.</p>	<p>Моніка: Росс і Чарлі, Джої і Рейчел, Фібі і Майк, ми тут єдині хто не поміняв партнерів!</p> <p>Чендлер: Неправда, я приїхав з Монікою, а живу з Альфом.</p> <p>Моніка: Годі глузувати з моєї зачіски. Завтра вранці перед від'їздом я піду в салон.</p> <p>Чендлер: Добре, Перекотиполе.</p>

Коментар

Оскільки Моніку порівнюють з Дивним Елом, це перекладається на Альф, тому що Дивний Ел, популярний американський співак і пародист, не відомий в Україні так добре, як у США. Пізніше Чендлер називає Моніку Баквіт, маючи на увазі героїню американського фільму 1930-х років. Обидва випадки перекладено відповідно до мікростратегії адаптації, щоб передавати конкретні концепції, кодовані відповідними власними назвами в МП.

Сценарій

Жарт складається з двох частин. По-перше, Чендлер розмовляє з Монікою, коли в неї розпатлане кучеряве волосся, і порівнює її з Дивним Елом, відомим своїм темним неслухняним волоссям. Жартівливий сценарій створюється, коли Чендлер порівнює Моніку як одну людину з іншою, яка є не просто Монікою, а скоріше Монікою з волоссям Дивного Ела, особливою властивістю, яка затьмарює характер людини.

Інший жартівливий сценарій створюється, коли Моніка нарешті погоджується піти в салон, щоб поправити зачіску, а Чендлер все ще дає їй прізвисько Баквіт, порівнюючи її з темношкірим американським дитиною-актором, який мав брудну зовнішність, знімаючись у телешоу «Маленькі пройдисвіти», згадка про людину юного віку додає відтінок прихильності та ніжності всій ситуації.

Різні сценарії

Таблиця 3.4.2

Мікростратегія: Транспозиція.

Жарт Рейчел	
Контекст	
Рейчел цілується з Джої, а потім він розповідає їй про те, що у Росса стосунки з Чарлі. C10E1	
Англійська (МО)	Українська (МП)
Rachel: Ross and Charlie? Wow! She's really making her way through the group, huh? [Pause] Rachel: Eh, who am I to talk?	Рейчел : Росс і Чарлі? А вона часу не гає. [Пауза] Рейчел: Хоча, хто б казав.

Коментар

Можна одразу помітити, що початкові репліки зовсім різні, але сенс при цьому не змінюється. Перекладач замінив слова на Рейчел на еквівалент виразу українською мовою. У МО Рейчел ніби кумедно знецінює себе, висловлюючи думку про те, що вона не має права судити Чарлі, оскільки вони схожі. Головна лінія в МП передає ідею, що поведінка Рейчел є самоочевидною і не потребує додаткових коментарів.

Сценарій

Сценарії в МО і МП різні. У МО перший сценарій визнає, що Чарлі мала стосунки з багатьма хлопцями з їхніх друзів. Другий сценарій показує, що поведінка Рейчел насправді не краща, ніж поведінка Чарлі. Перший сценарій відрізняється у МО та МП, але має однаковий сенс. Другий сценарій більш ухильний: він лише натякає на те, що зауваження Рейчел зайві: або тому, що всі це чітко бачать, або тому, що її немає кому вислухати. Не згадується історія стосунків Рейчел. У МО перший сценарій осуду збігається зі сценарієм відвертого зізнання, накладання якого призводить до смішності. У МП другий сценарій не збігається з першим і не протистоїть йому, а лише сигналізує про те, що обговорення зайшло в глухий кут, і, отже, кумедний ефект набагато слабший.

Вибір перекладача

Під час аналізу прикладів гумору ми виявили одинадцять жартів, переклад яких демонстрував саме вибір перекладача, і жарти не можна було не віднести

до жодної з груп, а також статистичними даними. Причиною їх виключення є спірні та дискусійні мотиви перекладу. Два з них ми прокоментуємо нижче.

Таблиця 3.4.3

Перекладацька стратегія: Трансформація. Мікстратегія: Комбінація вилучення та доповнення.

Жарт про розлучення Майка по телефону	
Контекст	
Майк і Фібі розмовляють по телефону. Майкс у ресторані, готується розлучитися зі своєю дівчиною, а Фібі чекає, поки він повернеться до неї. Дівчина Майка спізнюється. S10E1	
Англійська (МО)	Українська (МП)
Mike: She's not here yet. You know, I'm just gonna take off and break up with her over the phone. Phoebe: You can't do that. Oh, come on, Mike, strap on a pair.	Майк: Вона досі не прийшла. Я мабуть поїду і відшию її по телефону. Фібі: Так не можна, сам подумай, надінь окуляри.

Коментар

У МО перша репліка є ідіомою: одягнути пару означає бути сміливим і робити щось без вагань. Тому Фібі закликає Майка бути сміливим і не здаватися. Однак у МП ключові слова перекладено таким чином, щоб припустити, що Фібі бере на себе відповідальність за неетичні думки та поведінку Майка.

Сценарій

Лише перша частина діалогу у МО та МП однакова. Майк каже Фібі, що боїться побачити свою дівчину і радше розлучиться з нею по телефону. Друга частина відрізняється. У МО Фібі лише заохочує Майка діяти рішуче. У МП, однак, головна лінія натякає на те, що Фібі майже співчутлива до дівчини Майка, і що завдавати болю іншим є рисою, про яку гірко шкодує Фібі, а не Майк, але в той же час вона бере на себе відповідальність за розбивання сердець в етичний спосіб. Таким чином досягається невідповідність, і жарт, хоч і з різними акцентами, у кожному разі смішний. Також варто згадати ще один момент. У МО, одягнути пару можна було б перекласти як *взяти бика за роги*, таким чином більш наближено до оригінального тексту та його передбачуваного значення; однак перекладач підійшов до іншої точки зору. Хоча невідповідність зберігається в обох мовах, мотив повної зміни повідомлення залишається незрозумілим.

Таблиця 3.4.4

**Перекладацька стратегія: Трансформація. Мікстратегія: Комбінація
вилучення, додавання та заміни.**

Жарт про те, як Рейчел сказала правду.	
Контекст	
Джої намагається пояснити Россу, що окрім поцілунка, який щойно побачив Росс, між ним і Рейчел більше нічого немає. С10Е2	
Англійська (МО)	Українська (МП)
Joey: But what you saw, that is the extent of it, okay? One kiss. Rachel: That's a lie! We also kissed in Barbados. Joey: Dude, chill!	Джої: Те, що ти бачив це був максимум, один поцілунок. Рейчел: Неправда, не брешти, ми цілувалися на Барбадосі Джої: Помовч!

Коментар

Перша репліка перекладається майже однаково в МО та МП. Додавання у репліці Рейчел зумовлене наголосом на тому, щоб Джої говорив всю правду одразу. Цікавим є вилучення в останній репліці, де переклад надав діалогу більш серйозного забарвлення ніж у МО.

Сценарій

На початку Рейчел розповідає Россу, що вони з Джої справді цілувалися, і Джої не хоче, щоб Рейчел йому про це говорила. Далі Джої використовує просторіччя, щоб змусити Рейчел припинити говорити та розповідати Россу про їхні таємні стосунки. Невідповідність виникає, коли хтось розуміє, що Джої справді роздратований і називає Рейчел чуваком, що не дуже ввічливо, у відчайдушній спробі зупинити її. Зрозуміло, що Джої хоче ознайомитися з контекстом/стосунками з Рейчел і розмовляє з нею, як із другом, як із хлопцем. Кажучи холодно, Джої прагне змусити Рейчел перестати говорити Россу правду. На цьому етапі ми хотіли б запропонувати власну інтерпретацію рішення перекладача та переклали б останню фразу як *братан, притримай язика*. Але перекладач вирішив вдатися до іншої стратегії.

Жарти з неадаптованим культурним змістом

1) У США *B* означає оцінку. У МП це перекладається буквально як *B*. Якщо хтось не знає американської системи оцінювання, жарт може бути незрозумілим.

2) *Maxim* перекладається як журнал *Максим*. У США це журнал для чоловіків, а в Україні його немає. Незважаючи на додавання слова журнал перед заголовком *Maxim*, українцям залишиться тільки здогадуватися про зміст журналу, тому сцена може бути не такою яскравою у МП, як у МО.

3) *The Dr. Phil* перекладається як *Доктор Філ*. Незважаючи на те, що переклад містить уточнення, телешоу не показують в Україні, і, отже, шансів, що жарт зрозуміє аудиторія МП, мало.

4) *Mississippi* перекладається як *Miccicini*. В англійській мові є відомий спосіб підрахунку секунд шляхом додавання слова *Mississippi: one Mississippi, two Mississippi* і т. д. Україна, звісно, не використовує цей метод, і, відповідно, аудиторія не зрозуміє, чому така назва річки мала бути включена в підрахунок, ані самої суті жарту загалом.

5) *Palmolive potatoes* перекладається як *картопля з Палмолів*. *Palmolive* тут відноситься до мила *Palmolive*, а Чендлер описує картоплю, яка має смак мила. Перекладач зберіг власну назву і додав гумористичного ефекту, оскільки останній компонент конструкції, всупереч усім очікуванням витонченого посилення на власну назву для створення уявлення про вишукану страву насправді стосується відомого виробника мила та гелів для душу, а отже, суперечить загальноприйнятому сценарію, підсилюючи уявлення про їжу сумнівного смаку.

ВИСНОВКИ

Мета кваліфікаційної роботи полягала в тому, щоб спочатку дослідити найвідоміші теорії гумору та класифікації гумору, зосередившись на тих, що мають справу з лінгвістичним гумором, щоб створити таксономію. Поняття гумору, його прояви та переклад гумору ми розглянули в добірці епізодів ситкому «Друзі».

Спочатку ми описали феномен ситкому, а згодом «Друзів», щоб зрозуміти специфіку жанру, а відтак і гумору. Потім ми пояснили труднощі визначення терміну гумор, а також розкрили значення його семантичного поля. Ми з'ясували, що гумор у ситкомі переважно створюється через порушення законів Грайса, а гра слів є лише другорядним засобом створення гумору. Найпомітнішим порушенням був закон якості, що призвело до іронії. У сфері гри слів ми вирішили дотримуватися класифікації гри слів за Делабастітою. На основі цих двох теорій ми створили власну категоризацію.

Ця категоризація потім була використана в аналізі жартів у епізодах ситкому, які були обрані як корпус. Кожен мовний приклад гумору було описано, прокоментовано та перекладено. Випадки гумору також піддалися статистичному аналізу.

Щоб врахувати відмінності перекладу вихідною та цільовою мовами, ми застосували мікростратегії перекладу, визначені Шьолдагером. У нашій емпіричній частині було відібрано 624 жарти, визначено їхні сценарії та закономірності. У результаті була розроблена класифікація, що складається з шести частин.

Крім того, ми розділили жарти на дві категорії залежно від того, використовували вихідну та цільову мови однакові чи різні сценарії для створення відповідного ефекту, а також досліджували культурно-специфічні поняття та їх переклад на цільову мову. Оскільки кількість жартів, які вимагають культурної адаптації мовою перекладу, була досить низькою, початкова гіпотеза про те, що переклад гумору зазвичай вимагає культурної адаптації, не

підтвердилася. Було виявлено, що дослівний переклад є найпоширенішою мікстратегією перекладу, яка використовується для передачі гумору цільовою мовою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Беженар І. С., Рибалкіна Ю. В. Універсальне і національне в англійському гуморі / І. С. Беженар, Ю. В. Рибалкіна // Вісник Черкаського університету. Серія «Філологічні науки». – Черкаси : Видавництво ЧНУ ім. Богдана Хмельницького, 2009. – Випуск 169. – С. 204-211. – ISSN 2076-5770-229.
2. Білоус О.М. Гра слів як перекладацька проблема / О.М. Білоус // Вісник Сумського державного університету. Серія «Філологічні науки». – Суми, 2005. – №5(77). – С. 35-41. – ISSN 1817-9215, ISSN 1817-9290
3. Богачов А. Можливість перекладу. До герменевтичної феноменології перекладу / А. Богачов // Філософська думка. Український науковотеоретичний часопис / НАН України, Інститут філософії. – К. : 2010. – № 3 : Філософія перекладу. – С. 5-21. – ISSN 0235-7941
4. Денисенко Н.В. Особливості відтворення емпатичного курсиву в перекладах з англійської мови / Н.В. Денисенко // Мовні і концептуальні картини світу. Зб. наук. пр. – К.: Київський нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К.: Видавничий дім Дмитра Бураго. – 2013. – Вип. 46, Ч. 1 – С. 421-431.
5. Іваницька М. Структура мовної особистості перекладача художньої літератури як інтердисциплінарна категорія / Іваницька М. Л. // Studia Linguistica. – К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2012. – Вип. 6 (2) – С. 151-158.
6. Кобякова І.К, Столяренко В.М. Категоризація гумору: лінгвокультурні аспекти / І.К. Кобякова, В.М. Столяренко // Вісник Сумського державного університету. Серія «Філологічні науки». — Суми : 2008. – №1. – С. 40-44. – ISSN 1817-9215, ISSN 1817-9290.
7. Кундзіч О. Творчі проблеми перекладу / Олексій Кундзіч ; [упоряд. та приміт. Городецька-Кундзіч К.А.]. – К. : Дніпро, 1973. – 204 с.
8. Орлова І.С. Дискурсивні засоби вираження гумору та їх відтворення у перекладі / І.С. Орлова // Проблеми семантики слова, речення і тексту: Збірник наукових праць. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2009. – Вип. 23. – С. 217-224.
9. Підгрушна О.Г. Переклад гумору: відтворення культурно-специфічної лексики / О.Г. Підгрушна // Мова і культура. (Науковий журнал). – К.: Видавничий дім Дмитра Бураго. – 2013. – Вип.16, Том IV (166) – С. 572-577.
10. Самохіна В. О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США: монографія / В.О. Самохіна. – Вид. 2-е, перер. і доп. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. – 360 с. – ISBN 978-966-623-552-0.
11. Сніховська І.Е. Когнітивно-прагматичний підхід до аналізу гумористичного тексту / І.Е. Сніховська // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка, 2004. – №16. – С. 140-141. – ISSN 2076-6173.

- 12.Фінкель О. Теорія й практика перекладу / Олександр Фінкель. – К. : Державне видавництво України, 1929. – 167 с.
- 13.Харченко О.В. Феномен комічного у комунікативному просторі США : монографія / О.В. Харченко. – К. : МП Леся, 2014. – 463 с. – ISBN 978-966-8126-89-6.
- 14.Чередниченко О. Про мову і переклад / Олександр Чередниченко. – К. : Либідь, 2007 – 248 с.
- 15.Шалдаісова Г.В. Гумор як відображення англійського менталітету / Г.В. Шалдаісова // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки. – Луганськ : Вид-во ЛНУ ім. Тараса Шевченка, 2012. – №9 (244). – С. 190-195. – ISSN 2227-2844.
- 16.Attardo S. Linguistic Theories of Humor / S. Attardo. – Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 1994. –426 p.
- 17.Buijzen, Moniek and Patti M. Valkenburg. Developing a Typology of Humor in Audiovisual Media. Media Psychology [online]. 2004, 6(2), 147-167 [cit. 2020-04-25].
- 18.Cameron, D. (2001). Working with Spoken Discourse. London: SAGE Publications Ltd.
- 19.Chiaro, Delia. The Language of Jokes: Analysing Verbal Play. London: Taylor & Francis e-Library, 2005. ISBN 0-203-98456-0.
- 20.Cohen, Marc. Grice: “Logic and Conversation” [online]. 2008 [cit. 2020-04-26].
- 21.Delabastita D. Introduction / Dirk Delabastita // The Translator: Wordplay and Translation: Essays on Punning and Translation ; edited by D. Delabastita. – New York/London: Routledge, 1996. – Vol. 2. – Number 2. – P. 127-139. – ISBN 1757-0409 (Online) / 1355-6509 (Print).
- 22.Dhooge, B. J. (2010). Towards a new convergence between Anglo-American and Russian literary linguistics: “mind style” and “kartina mira”. In Journal of Literary Semantics, 39(2), 143–165.
23. Escaprit, Robert. L'Humour. Paris: Presses universitaires de France, 1981
24. Freud, Sigmund. Jokes and Their Relation to the Unconscious. Penguin classics, 2002.
- 25.Giorgadze, Meri. Linguistic features of pun, its typology and classification. European Scientific Journal [online]. 2014, vol.2 [cit. 2020-05-04].
- 26.Grice, H. P. Studies in the way of words. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1989.
- 27.Gruner, Charles, R. The game of humor. A comprehensive theory of why we laugh. : New Brunswick: Transaction publishers, 2000.
- 28.Huang, Yuan. Pragmatics. Reprinted 2013. Oxford: Oxford University press, 2007.
- 29.Karamitroglou, Fotios. 2000. Towards a methodology for the investigation of norms in audiovisual translation: The choice between subtitling and revoicing in Greece

30. Khosravizadeh, Parvaneh; Nikan Sadehvandi. Some Instances of Violation and Flouting of the Maxim of Quantity by the Main Characters (Barry & Tim) in *Dinner for Schmucks* [online]. International Conference on Languages, Literature and Linguistics, 2011 [cit. 2020-04-27]
31. Kozloff, 1992. Narrative Theory and Television'. In R. C. Allen (1992) [1987], *Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism*. London/New York: Routledge, 67–100.
32. Leech, G.N. *Principles of Pragmatics* / Geoffrey N. Leech. — London and New York: Longman, 1986, — 250 p.
33. Levinson, Stephen C. *Pragmatics* / Stephen C. Levinson. - Cambridge: Cambridge University Press, 1983. - 420 p.
34. Luyken, G.T., et al. (1991) *Overcoming Language Barriers in Television: Dubbing and Subtitling for European Audience*. European institute for the Media, Manchester.
35. Milner, George Bertram. *Homo Ridens.: Towards a Semiotic Theory of Humour and Laughter*. *Semiotica* [online]. Published online 27-11-2009, 5(1) [cit. 2020-04-09].
36. Olbrechts-tyteca, Lucie. *Le comique du discours*. Bruxelles: Editions de l'Université, 1974
37. Portner, Paul. *Meaning. An introduction to language and linguistics*. 5th ed. Cambridge: Cambridge university press, 2012, s. 138-168.
38. Quaglio, Paulo. *Television Dialogue:: The sitcom Friends vs. natural conversation*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co, 2009.
39. Raphaelson-West, On the Feasibility and Strategies of Translating Humour. *Meta*, 34 (1), 128–141. 1989
40. Raskin, Victor. *Semantic mechanisms of humour*. Hingham, MA: Kluwer Academic Publishers Group, 1985. ISBN 9027718911.
41. Raskin, V. (2008). *The Primer of Humor Research*. Berlin: Mouton de Gruyter.
42. Ross, Alison. *The Language of Humour*. London: Routledge, 1998.
43. Schjoldager, A., Gottlieb, H., & Klitgård, I. (Eds.). (2008). *Understanding Translation*. Århus: Systime Academic.
44. Schmidt-Hidding, Wolfgang. *Wit and Humor*. 1963
45. Slunčík, Václav. *Sitcom: development and realization*. Prague: Academy of music arts in Prague, 2010.
46. Smuts, Aaron. *Humor* [online]. Madison: University of Wisconsin [cit. 2020-04-04].
47. Staiger, J. *Blockbuster TV: Must-See Sitcoms in the Network Era*. New York and London: New York University Press.
48. Sternbergh, Adam. *Friends Forever: Why 20-somethings want to stream a 20-year old sitcom about a bunch of 20-somethings in a coffee shop*. *New York Magazine* [online]. 2016, [cit. 2020-04-24].

49. Thomas, C. (2013). Words with Friends: the language of a sitcom. OxfordWords blog.
50. Vandaele, Jeroen. Each Time We Laugh: Translated Humour in Screen Comedy. [online]. 1999, [cit. 2020-04-14].

СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

51. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2002. – 1440 с. – ISBN 966-569-013- 2.
52. Словник української мови. Академічний тлумачний словник (1970–1980). Академія наук України; Webmezha. URL : <http://sum.in.ua/> (дата звернення: 15.11.2022).
53. Cambridge Advanced Learner's Dictionary. 2nd ed. Edited by Elizabeth Walter. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
54. Collins COBUILD Advanced Dictionary. 8th ed. Collins, 2014
55. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. 6th ed. Edited by Albert Sydney Hornby, Sally Wehmeier. Oxford: Oxford University Press, 2000.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

Crane, D., Kauffman, M., & Buckner, B. (Writers), & Halvorson, G. (Director). (2003). [Television series episodes]:

- The one with Ross's tan
- The one with the cake
- The one with the late Thanksgiving
- The one with Ross' grant
- The one where Rachel's sister babysits
- The one with the home study
- The one where Ross is fine
- The one after Joey and Rachel kiss
- The one where the monkey gets away
- The one where no one proposes
- The one where Emma cries
- The one with the pediatrician
- The one with the sharks

- The one with Phoebe's Birthday dinner
- The one with the male nanny
- The one with Ross's inappropriate song
- The one with Rachel's other sister
- The one with Rachel's phone number
- The one with Christmas in Tulsa
- The one where Rachel goes back to work

In Bilsing, S., Bright, K., Buckner, B., Carlock, R., Choi, R., Cohen, Stevens, T. (Producers), Friends. New York: National Broadcast Company.

PE3IOME (SUMMARY)

Humor is widely recognized as a highly subjective and culture-specific phenomenon. On the other hand, translation of humor is often criticized for being bad and vague, as the target-language humor is often accused of contradicting the source-language humor. Two common ways are to translate to convey effect or to provide a literal translation. The perfect scenario is that the translation somehow gets the point across and the punch line makes people laugh. Therefore, the expectation is that humor translations ideally sound natural, are easy to understand, and convey the same effect as the source language.

However, the goal is that humor as a social phenomenon must be strongly associated with cultures and specific groups of people who share the same language, traditions, places, religions, etc., leading to concepts of worldviews and ways of thinking. It is further complicated by the facts. Expressing humor in another language ultimately confronts the idea that the worldviews of the source and target cultures lack her one-to-one correspondence. For all these reasons, the topic of humor translation is relatively unexplored in linguistic research.

The purpose of this study is to use Ruskin's (1985) theory of verbal humor to examine the mechanisms of humor and to determine strategies and means in translating humor from English into Ukrainian. To the worldviews of specific cultural debates and, on the other hand, to the diverse debates summarized under the general term of sustainable multilingualism. By focusing on the humor analysis of the television sitcom *Friends* and its translation into Ukrainian, this study also seeks to answer the question to what extent humor is culture-specific.

To achieve this goal, the following aims were set:

- 1) define the concept of humor.
- 2) test Ruskin's theory of humor in the light of other approaches to the study of humor.
- 3) identify the most important translation micro-strategies;

4) collect instances of humor from the TV series "Friends" and classify them according to pre-selected criteria.

5) compare originals and translations to identify applied micro-strategies and analyze humorous effects conveyed in English and Ukrainian.

Analysis of the empirical part is performed using comparative, qualitative and quantitative methods. A comparative method is used to assess whether a particular joke has the same script or different scripts in the English and Ukrainian versions. In addition to qualitative methods, we also apply it to the study of translational micro strategies. Qualitative methods are used to analyze scripts on which instances of humor are based. Quantitative methods are used to collect numerical data. While this study cannot fully represent the 'humor formula' in relevant cultures given its scope, it is believed to provide interesting insight into the manifestation of humor in typical popular entertainment industry figures.

Since this study also deals with humor translation, two theoretical elements to consider come from the realm of linguistic perspectives on humor and translation theory. 138 episodes from the tenth season of the popular television sitcom Friends were selected for analysis. The sitcom is loved by many viewers and has won numerous awards, including Golden Globe Awards and Primetime He's an Emmy Award. "Friends" is also highly regarded by Ukrainians, so the linguistic and cultural choices made by the translators in expressing jokes in Ukrainian have already been commented on, especially with obvious translation difficulties. This study focused specifically on humor and its translation in the context of Ruskin's theory of humor and the translation micro strategies outlined above. I also tried to identify possible problems with humor translation. The empirical part was performed as follows. We collected all instances of humor from 138 episodes (each with English subtitles and Ukrainian dubbing) using the perfect selection method. A criterion for jokes to be collected is the presence of background laughter. Some examples of non-verbal humor are excluded as they are outside the scope of the theory.

As a result, 624 instances were collected. These are divided into six broad groups according to the type of script identified in the joke and include: a) Scripts in general b) Scripts containing taboo or socially inappropriate content c) Scripts containing irony d) Scripts containing puns e) Scripts as a contrast between utterances and meanings f) Scripts containing abuse The group needs further comments. The group of common scripts that seems to be the largest contains instances of humor made humorous by the contradiction of two scripts within a joke. These are marked as generic because they do not fit into any of the other categories listed below. Rather, it's just two different scripts chained together that contradict each other. The latter fact also makes this group the most representative of Ruskin's approach to humor, which focuses on script and dissonance. contains punch lines that are considered rude/inappropriate/unfit for laughing in public and can generally be considered black humor.

A sarcastic script conveys a particular sarcastic content. This group differs from the typical script group in that it contains sarcasm as a hidden script contained within a larger script. A pun script contains instances of humor based on funny, unexpected, or witty puns. This group differs from the others because its primary focus is vocabulary. The second script is usually funny words or figurative phrases that are humorous because of their structure rather than another idea. In a script, the speaker's factual words are opposed to their intended meaning, as opposed to what is said and what is meant. Jokes in this group are mostly cases of lies and denials. Scripts with swear words contain swear words that come as a second script.

Jokes of this type are grouped into their own groups because of the specific implications they convey. This group of jokes is similar to puns, but carries a much stronger and more negative connotation than simple puns. In our analysis, we also compared the English (SL) and Ukrainian (TL) scripts to determine whether the related scripts were the same or different, forming two corresponding groups. So if SL and TL scripts are the same, they will be assigned to the same script group. If they were different, they were grouped into different scripts.

In both groups, examples of humor were compared in terms of translation strategies. Direct translation, oblique translation or conversion, and corresponding micro-strategies. It also uses a coding system to indicate seasons and episodes (e.g. episode 1 is coded as S10E1) and references analyzed jokes. All cases of humor and their translations were presented in a table, followed by comments. Analysis of the jokes themselves always focused on the final speaker's final sentence or word, the punch line, unless sometimes specified elsewhere. We also examined the relevance of selected micro strategies and the relationship between specific scripts and mismatches.

Additionally, an additional group was developed, including Translator's Special Choices, containing the Translator's most interesting choices made to express jokes. Finally, following the assumption that humor translation is culturally and socially dependent, a group of 18 jokes was distinguished in which cultural (inadaptation) adaptation was discussed from a closer perspective. This study examined the concept of humor, its expression, and its translation in selection of episodes of the situation comedy Friends. Starting from the long-standing premise that humor is a mental shift, we adopted Ruskin's general theory of linguistic humor, which revolves around the concept of script and dissonance. We used the translation micro-strategy defined by Schjoldager to account for the differences between source and target language translations.

For our empirical part, 624 jokes were selected and their scripts and regularities were identified. As a result, a six-part script-based taxonomy was developed. Analysis revealed that the selected jokes followed the main principles of joke composition proposed by Raskin. Duplicate or opposite script.

Based on whether the source and target languages used the same script or different scripts to achieve relevant effects, we further categorized the jokes into two categories, categorizing culture-specific concepts and their target languages.

The number of jokes requiring cultural adaptation in the target language was very small, thus not confirming our initial hypothesis that humor translation usually

requires cultural adaptation. Literal translation turned out to be the most commonly used translation micro-strategy to convey humor into the target language.

Key words: humour, tv series, sitcom, translation, incongruity, relief, joke, script, cultural adaptation, micro strategies.