

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»**

***Мультимодальність стендап-спешлу: філологічні та***  
***перекладацькі аспекти***

Допущено до захисту «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

Зав. каф. германської філології \_\_\_\_ канд. філол. наук, доц. Баранова С. В.

Виконала:  
студ. групи ПР.м-21  
Люта Аліна Віталіївна

Науковий керівник:  
кандидат філологічних наук  
Ущатовська Ірина Василівна

Суми 2023

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТЕНДАП-КОМЕДІЇ.....	7
1.1 Визначення та характеристика стендап-комедії .....	7
1.1.1 Визначення та особливості стендап-спешлу.....	10
1.1.2 Історія та еволюція стендап-комедії.....	14
1.2 Концепція мультимодальності.....	18
1.2.1 Лінгвістичне поняття мультимодальності.....	22
РОЗДІЛ II СТЕНДАП-СПЕШЛ ЯК ФОРМА МУЛЬТИМОДАЛЬНОГО ВИРАЗУ .....	28
2.1 Взаємодія як основа стендап-спешлу.....	28
2.2 Мовні та жанрові особливості стендап-спешлу .....	32
2.2.1 Лексичні та стилістичні аспекти.....	36
2.2.2 Невербальні засоби для прояву комічного .....	43
РОЗДІЛ III ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ АСПЕКТИ АНГЛОМОВНОЇ СТЕНДАП- КОМЕДІЇ.....	47
3.1 Стратегії перекладу англomовної стендап-комедії.....	47
3.1.1 Адаптація гумору .....	49
3.1.2 Культурні еквіваленти .....	52
3.1.3 Субтитрування та дубляж .....	55
3.2 Обґрунтування перспектив та способів імплементації тематики в навчальний процес .....	62
ВИСНОВКИ .....	66
РЕЗЮМЕ (SUMMARY) .....	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	75
ДОДАТКИ.....	84

## ВСТУП

Спостерігаючи за нашою поведінкою в повсякденному житті, ми усвідомлюємо, що регулярно реагуємо з гумором і сміхом у найрізноманітніших ситуаціях. Тому можна зробити висновок, що гумор є одним із центральних аспектів нашої повсякденної розмови, характерними ознаками якої є гумористичні мовлення та поведінка.

Так само почуття гумору, як правило, вважається найбільш важливою рисою людини. Ось чому вивчення гумору займає провідне місце в дослідженнях англійської лінгвістики і протягом століть привертає інтерес і увагу дослідників. Такі видатні філософи, як Платон і Аристотель, заклали основи дослідження гумору – галузі, яка з тих пір постійно розвивається. Різні дослідники, – Зигмунд Фрейд, Генрі Бергсон, Шарль Грунер, Пол Макгі, Віктор Раскін, Делія Чіаро й Артур Бергер, – досліджували конкретні категорії гумору, модифікували теорії гумору, висунуті раніше іншими дослідниками, розробили власні.

Хоча дослідження гумору в його численних жанрах проводилися століттями, дослідженням стендап-комедії приділялася лише незначна увага. Можливо, це пов'язано з тим, що стендап-комедія – досить «молодий» жанр гумору. Вона почалася в рамках “*Commedia del l'arte*” в XVI–XVII століттях. Стендап-комедія зазнала важливих змін протягом 1960-х років. До того часу стендап-коміки не відігравали центральної ролі під час виступу, а служили своєрідним заповнювачем паузи, як, наприклад, перед приходом відомого гурту чи театрального колективу. Вони повинні були бути там, щоб розважати публіку, поки глядачі чекали події, на яку насправді прийшли. Тож слухати й реагувати на шоу стендап-коміків було лише побічним продуктом очікування головної події. Починаючи з того часу, коли стендап-коміки стали з'являтися в телешоу, запущених протягом 1960-1970-х років, успіх стендап-комедії як справжнього лінгвістичного жанру почав зростати. Протягом кількох років стендап-комедія стала добре відомою та популярною формою створення гумору.

У сучасному світі переклад має велике значення, особливо в контексті культурного обміну та міжнародної співпраці. Однак, переклад вимагає не лише

лінгвістичних навичок, а й глибокого розуміння культурних особливостей та відтворення специфічного гумору. Одним з цікавих викликів для перекладачів є адаптація стендап-спешлів – комедійних виступів. Українському глядачеві доступні виступи англомовних стендап-коміків завдяки Інтернету та міжнародним трансляціям. Однак, відсутність якісних перекладів може унеможливити повне розуміння та сприйняття гумору багатьох високопрофесійних коміків. А питання адаптації стендап-комедії та специфіки перекладу виступів англомовних стендап-коміків на українську мову залишаються недостатньо дослідженими. Застосування сучасних лінгвістичних підходів та стратегій перекладу може сприяти вдосконаленню процесу адаптації стендап-спешлів, зберігаючи їх гумористичність та емоційну силу.

Тому **актуальність** даної теми полягає у пошуку й розробці ефективних стратегій перекладу англомовних стендап-спешлів на українську мову для забезпечення максимально точної передачі смислу, емоцій та гумористичної вартості з огляду на широке набуття популярності та цінності для міждисциплінарних досліджень цього жанру.

Стендап-комедія впливає на розвиток суспільства та самоідентифікацію людей, відчуття особистих меж та відкритість, готовність говорити на будь-які теми й сміятися з них. Цей жанр формує людську особистість, виявляючись у численних вимірах й доносячи інформацію через різноманітні засоби. З цієї причини ми вважаємо за потрібне дослідити мультимодальність цього жанру з точки зору лінгвістики та перекладу, а також розробити методичні рекомендації для вивчення практичного перекладу аудіо-візуального комедійного контенту.

**Практичне значення** одержаних результатів дослідження полягає в розумінні комплексності процесів створення комічного, його реалізації та впливу на аудиторію. Результати дослідження можуть бути використані при викладанні практики перекладу з англійської мови, стилістики, лінгвістичної антропології та стати теоретичним підґрунтям для створення стендап-виступів.

**Об'єктом дослідження** є стендап-виступи англомовних стендап-коміків, **предметом** є різноаспектність стендап-спешлів як форми аудіо-візуального

контенту, стилістичні засоби вираження комічного, невербальна комунікація артистів. Емпіричним матеріалом для аналізу та порівняння є стендап-спешли та текстові записи виступів англійських стендап-коміків Джеррі Сайнфелда, Стівена Райта, Джиммі Карра та Кріса Рока, які використовують різні комедійні ефекти (вербальні та невербальні), мовні та культурні особливості, що характеризує всю різносторонність жанру стендап-спешлу з його мультимодальністю.

У цій роботі основна увага зосереджена як на мовних, так і позамовних аспектах створення комічного в стендап-комедії, **метою** є розуміння впливу як мовних стилістичних засобів, так і позамовних засобів (міміка, жести, оформлення сцени, освітлення, аудіосупровід), за допомогою яких стендап-коміки додають образності й ефективності своєму матеріалу.

**Завдання** полягають у вивченні стендап-матеріалу комедіантів, аналізі їхніх робіт, виявленні вербальних і невербальних засобів вираження комічного, обґрунтуванні їхнього впливу на сприйняття смішного глядачами, розроблення методичних рекомендацій щодо впровадження результатів дослідження у вивчення дисципліни практики перекладу з англійської мови. Саме тому у такій роботі важливими **методами дослідження** є аналіз та синтез, метод суцільної вибірки, метод порівняльного аналізу, метод контекстуального аналізу, семіотичний аналіз, аналіз культурологічних аспектів, порівняння та контрастивний аналіз між оригінальними та перекладеними текстами, а також експертні оцінки відповідності перекладу оригіналу.

**Теоретична значущість роботи** полягає у виявленні ознак мультимодальності у жанрі стендап-комедії для подальших міждисциплінарних досліджень і ретельного вивчення цього жанру з різних перспектив.

**Практичне значення** результатів дослідження полягає у розробленні методичних рекомендацій щодо їх впровадження у вивченні дисципліни практики перекладу з англійської мови, а саме способів аудіо-візуального перекладу комедійного контенту. Впровадження розроблених стратегій

перекладу сприятиме зближенню культур та поліпшенню якості комунікації в галузі гумору.

**Наукова новизна** кваліфікаційної роботи стосується подальшого розвитку дослідження жанру англomовної стендап-комедії в українськомовному науковому просторі з точки зору мультимодальності жанру.

**Апробація:**

1) тези Nazarenko O., Liuta A. Linguistic and sociocultural aspects of stand-up comedies. Актуальні проблеми філології та перекладознавства. 2021. №22;

2) тези Liuta A. V. Professional lexis of English-speaking stand-up comedians. Перекладацькі інновації: матеріали XII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 25 листопада 2022 р. / редкол.: С. О. Швачко, І. К. Кобякова, О. В. Бровкіна та ін. – Суми : Сумський державний університет, 2022. 111–113 р.;

3) подано до друку статтю під назвою “*Multimodality as a resource for linguistic analysis of English-language stand-up specials*” у виданні “*SKASE Journal of Literary and Cultural Studies*”.

Ця кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів по два підрозділи кожен, висновків, резюме англійською мовою, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи складає 87 сторінок (включно зі списками використаних джерел, резюме і додатками).

## РОЗДІЛ I

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТЕНДАП-КОМЕДІЇ

#### 1.1 Визначення та характеристика стендап-комедії

Стендап-комедія – це жанр комедії, в якому один виконавець на сцені, якого називають стендап-коміком, бере участь в комедійному дискурсі шляхом представлення власних історій і жартів [47]. Стендап-коміки – це окремі виконавці, які з мікрофоном у руках виходять на сцену перед слухачами і розповідають гумористичні історії, однорядкові (*one-liners*) чи короткі жарти, а також анекдотів, які часто називають «бітами» (*bits*), для того, щоби розсмішити свою аудиторію. Особистості гумористів, їхня взаємодія з аудиторією та здатність спонтанно реагувати на вигуки геклерів (*heckler*) є вирішальними аспектами для успішної стендап-комедії.

Стендап-комедія – це жанр популярної культури, який процвітає через створення та перегляд гумористичних виступів. Її описують як «виступ одного виконавця на сцені, який поводить себе комічно та/або говорить кумедні думки безпосередньо перед аудиторією» [37, с.71]. Л. Мінц у своїй роботі розглядає соціальні ролі стендап-коміка як привселюдного гумориста, який підтримує або заперечує культуру. Він описує стендап-коміка як «гумористичного мовця» (*“comic spokesperson”*), «посередника, артикулятора культури і сучасного антрополога» (*“a mediator, an articulator of culture, and a contemporary anthropologist”*) [37, с. 75]. Із цими визначеннями науковця можна погодитися з огляду на зміст і форму виступів у жанрі стендап-комедії.

Стендап-комедія є жанром розважального виступу, який використовується коміками для створення гумористичних ситуацій, спілкування з аудиторією та висловлення своїх думок, спостережень і досвіду [17]. Цей жанр має свої унікальні особливості, які допомагають комікам здобути популярність та сприйняття гумору своєю аудиторією.

Стендап-комедія – це формат виступу, де комік виступає перед живою аудиторією з гумористичним матеріалом, який включає короткі історії, анекдоти,

коментарі та роздуми на різноманітні теми [36]. Головною особливістю стендап-комедії є те, що комік прямо взаємодіє з аудиторією, спілкуючись з нею, реагуючи на реакції та створюючи жартівні ситуації на місці.

Цей жанр має ряд особливостей, що відрізняють її від інших гумористичних жанрів. Сюди відносяться індивідуальний стиль артиста, інтерактивність, автентичність, а також гумор як засіб соціальної комунікації [18]. Кожен комік має свій унікальний стиль виступу, що відображає його особистість та спосіб сприйняття гумору. Це може включати різні жанри гумору, способи розповіді та елементи перформансу.

Під час своїх виступів, коміку потрібно бути справжнім і відкритим перед аудиторією [18]. Комік виступає зі своїми особистими думками, досвідом та поглядами на різні аспекти життя, створюючи щирі та спільні моменти з глядачами.

Одна з ключових особливостей стендап-комедії полягає також і в активній взаємодії з аудиторією [18]. Комік може залучати глядачів до діалогу, задавати запитання, реагувати на їх коментарі та реакції. Це створює атмосферу спільного досвіду і зміцнює зв'язок між коміком та аудиторією.

Жанр стендап-комедії різноманітний, а тому містить у собі чисельні піджанри або види. Серед основних спрямувань виділяють *deadpan*. Це стиль беземоційного оповідання матеріалу. Попри дивне упередження, *deadpan* не є популярним стилем у стендапі – коміків цього спрямування досить мало.

До числа основних спрямувань стендапу входить *one-line*, що відповідає назві короткого однорядкового жарту, а як напрям комедії позначає коміків, що розповідають свій матеріал, що складається винятково чи в основному з однорядкових коротких жартів. Коміків із короткими жартами також не дуже багато.

*Observational comedy* (комедія спостережень) протягом багатьох років є найбільш популярною серед інших типів. Така комедія відображає спостереження автора за життям своїм чи інших людей, за подіями навколо нього, знаходячи в ньому гумор [19]. До прикладу, автори комедії спостережень



висвітлюють такі теми, як побачення, їжа або подорожі. Серед відомих коміків, які активно працюють в цьому піджанрі і вдосконалюють його, – Джеррі Сайнфілд і Джордж Карлін.

*Anecdotal comedy* (анекдотична комедія) – це піджанр стендап-комедії, який набуває свого поширення і до якого належить велика кількість найпопулярніших сучасних коміків. Комічне в цьому жанрі зосереджене історіях, розказуваних автором. Цьому піджанру характерні довгі захопливі історії, а короткі швидкі жарти (*one-liners*) майже не зустрічаються. Не дивно, що популярність анекдотичної комедії зростає, адже вдала розповідь може по-справжньому захопити аудиторію. Серед найвідоміших представників цього жанру – Дейв Шапел, Ганнібал Берресс та Норм Макдональд.

*Insult comedy* (комедія образ) полягає у висміювання коміком глядачів. Цей зухвалий стиль фокусується на висміюванні інших, часто в дуже нецензурній або грубій формі. Найяскравіша форма цього піджанру це «просмажка» (*“roast”*) [62]. Першовідкривачем цього типу комедії став Дон Ріклз, а лідерами – Джефф Росс і Джиммі Карр.

*Story telling* (сторітелінг) – оповідання, розповідь історій. Сторітелінг існує всередині стендапу, як найпопулярніша форма оповідання комедії. Також, сторітелінг виділяють в окремий вид публічного виступу або мистецтва, в якому виступаючим необов’язково жартувати і де найважливіше – сама історія.

*Monologue* (монолог) – промова комедіанта, зазвичай звернена до глядачів. Монолог вважається однією з найскладніших і найдовших форм комедії в стендапі [36]. Монолог у чистому вигляді у стендапі використовується рідко, зазвичай це гумористичний коментар чи «проповідь», що завершують біт.

*Topical comedy* (топікал-комедія, актуальна комедія, новинневі жарти) – комедія на актуальні теми або події. З такими жартами коміку не вдасться гастролювати й виступати довго, адже вони мають найбільший ефект «тут і зараз», тобто саме в той час, коли відбуваються події, про які жартують.

*Wordplay comedy* (комедія каламбуру), як правило, передбачає використання таких засобів творення комічного, як каламбури (гру слів),

двозначність і рими, щоб розважити аудиторію [62]. Таким чином, виступ, як правило, наповнений великою кількістю односкладових реплік. Цей стиль комедії представляє невелика кількість виконавців. Серед найвідоміших – Деніел Слосс і Деметрі Мартін.

*Improv comedy* (імпровізаційна комедія) не завжди сприймається глядачами як форма традиційної стендап-комедії, а радше як щось середнє між звичним стендапом і театром [62]. Зрештою, імпровізаційна комедія часто включає в себе кілька людей на сцені, які взаємодіють одне з одним і з аудиторією. Імпровізаційна комедія вимагає креативності та кмітливості, оскільки виконавці повинні постійно пристосовуватися до несподіваних дій інших виконавців, а також до ідей, які вигукують глядачі. Культовий серіал “*Whose Line Is It Anyway?*” є чудовим прикладом цього жанру, а чи не найвідомішим представником цього жанру був Робін Вільямс [62].

Стендап-комедія виступає не тільки як засіб розваги, але і як засіб соціальної комунікації. Коміки використовують гумор, щоб коментувати суспільні явища, політику, культурні стереотипи, расові питання та інші теми, розповідаючи жартами, які можуть викликати рефлексію та поставити на думку.

### **1.1.1 Визначення та особливості стендап-спешлу**

Стендап-спешл є особливою формою або жанром стендап-комедії. Це повноцінний комедійний виступ одного коміка, який зазвичай має тривалість від 30 хвилин до години (іноді – двох годин) і заснований на його власних матеріалах та номерах [59].

Основна відмінність стендап-спешлу від звичайних виступів коміків полягає в тому, що він є окремим, самостійним шоу, яке записується на відео або транслюється в прямому ефірі для широкої аудиторії. Стендап-спешл може бути представлений у вигляді телевізійних спеціальних виступів, випусків на стрімінгових платформах або відеозаписів, доступних онлайн.

У стендап-спешлі комік зазвичай виступає перед живою аудиторією, що додає енергетики та взаємодії з глядачами. Виступ може містити гумористичні

розповіді, анекдоти, персонажів, роздуми над різними темами та багато іншого. Головна мета стендап-спешлу полягає в тому, щоб розважити аудиторію, викликати сміх та передати свій особистий комедійний стиль та гумор.

Стендап-спешли часто відображають особистий досвід, переживання, спостереження з життя, соціальні аспекти, політичні теми та інші актуальні питання [20, с. 44–46]. Вони характеризуються оригінальністю, автентичністю та індивідуальністю кожного коміка. Це дозволяє комікам виразити свої думки, погляди та гострий гумор, а глядачам – насолодитися оригінальними та запам'ятовуваними виступами.

На перший погляд стендап-спешл може сприйматися просто як запис стендап-виступу, а отже, побачити спецл – це просто побачити те, що інші бачили наживо, за допомогою інших засобів. Таке розуміння може ґрунтуватися на так званій «транспарентності» фільму, різновиду кінореалізму [16]. Це позиція, згідно з якою фільми, як і фотографії, є радше допоміжними засобами сприйняття, аніж його кінцевими об'єктами. Ми дивимося «крізь» фільми на їхні об'єкти так само, як бачимо зірки в телескоп або дрібний шрифт через лупу. Замість того, щоб допомагати нам бачити дуже далеке або дуже мале, фільм, найголовніше, дозволяє нам бачити події, що відбулися в минулому.

Існують досить вагомі причини сумніватися в тому, що «транспарентність» є адекватною для кіно загалом. Наприклад, не існує жодних очевидних достатніх умов для такої «транспарентності», якої вимагає реалізм. Найвірогідніший кандидат – механічне відтворення у поєднанні з перцептивною схожістю – може бути реалізований без жодної транспарентності [16].

Тим не менш, можна подумати, що стендап-спешл по суті є «транспарентним», навіть якщо не всі фільми є такими. Зрештою, дуже рідко до них додають спецефекти чи анімацію (такі випадки ми розглянемо трохи згодом). І стендап виступ зазвичай виконується для живої аудиторії, ймовірно, так само, як він виконується й без камер. Важливо, що різниця між враженнями глядачів у театрі та глядачів на стендапі може бути недостатньою для того, щоб визначити, що вони бачать дві різні речі. Безумовно, останні мають доступ до крупних

планів, різних ракурсів і загальних планів, до яких перші не мають доступу. І, звісно, враження від перегляду виступу на екрані – це не зовсім те ж саме, що й від його перегляду наживо.

Так само можна сказати, що посередництво екрану означає, що сам стендап-виступ не відчувається глядачами. Також не можна стверджувати, що вирішальна відмінність полягає в тому, що театральна публіка бачить виставу, коли вона відбувається, а аудиторія стендап-спешлу бачить його лише згодом. Тобто недоречним вважається стверджувати, що люди, які дивляться стендап-спешл у прямому ефірі, бачать щось, чого не бачать глядачі повторних показів.

Попри все це, існують певні причини вважати, що стендап-спешли – це не просто записи, і що побачити стендап-спешл – це не просто побачити його іншими способами. З одного боку, до стендап-спешлів існує таке ставлення, ніби вони мають «незалежну ідентичність» [16]. Вони мають власні назви, а звичайні «живі» стендап-виступи, як правило, не мають. Стендап-тури можуть мати назви, але часто це не назви спецшлів, знятих у цих турах. Навіть якщо тур і спецшл, знятий у турі, мають спільну назву, немає ризику їх змішання. Глядачі бачать спецшл, але не тур. У кращому випадку ми бачимо коміка в турі, але не сам тур. Варто також зазначити, що виступ, знятий для спецшлу, зазвичай не є випадковим виступом в турі. Він є прикладом перформансу, спеціально обраним коміком для зйомки. Виступи, зняті для спецшлу, зазвичай добре підготовлені, додатково пропрацьовані, відредаговані і «прогнані» численну кількість разів упродовж всього туру. Коміки переважно обирають знімати спецшли під кінець своїх турів, коли жарти і історії вже добре закарбовані у пам'яті, коли додалися нові нашарування на жарт і коли артист почувається з цим матеріалом впевнено.

Що ще важливіше, простий запис вимагає технічної компетентності, а не мистецької майстерності. Чому певні режисери-спеціалісти – і не лише оператори – користуються попитом для зйомки саме спецшлів? Відповідь можна знайти у критичних відмінностях між стендап-спешлами та виступами, які вони знімають. Режисери не просто спрямовують камеру на сцену і натискають кнопку запису. Завдяки операторській роботі, монтажу, зведенню звуку та додаванню

вступних скетчів стендап-спешл є водночас і більше, і менше, ніж його виступ [16].

Тож, можливо, замість того, щоб ототожнювати спецл з його виступом, про стендап-спешл варто думати як про окремий твір. Зрештою, зазвичай фільми не ототожнюються з їхніми сюжетами. Якщо до спецлів слід ставитися, як до інших фільмів, слід почати з пошуку відповідного та промовистого аналога серед усталених типів фільмів. Але не очевидно, яким буде цей аналог.

Напевно, найкращим аналогом є музичний концертний фільм. Це фільми знятих перформансів. Музиканти розглядаються лише як образи. Фільми часто мають назви, тоді як виступи не мають, або, якщо вони мають спільну назву з виступом чи туром, тоді про них говорять як про «однойменні». На відміну від концертів, концертні фільми підлягають редагуванню, а іноді мають додані вступні частини (інтро).

Завдяки стрімінговим платформам та доступності відеоматеріалів в Інтернеті, стендап-спешли стали все більш популярними та доступними для широкої аудиторії, що сприяє розширенню комедійної культури та глобальному обміну гумором. Перший стендап-спешл в історії було знято у 1978 році і називалося “George Carlin at USC” [28]. Цей історичний момент відбувся завдяки співпраці відомого коміка Джорджа Карліна та студентів та викладачів Університету Південної Каліфорнії (USC).

На той час Джордж Карлін був відомим і впливовим коміком, який виступав зі своїми гумористичними номерами в прямому ефірі, на телебаченні та в клубах. Університет Південної Каліфорнії запропонував Карліну можливість записати його виступ для показу студентам і використання в академічних цілях.

Зйомки стендап-спешлу відбулися на кампусі USC перед живою аудиторією студентів та факультету [28]. Це було новаторське експериментальне відео, оскільки до цього часу виступи коміків зазвичай не записувалися в повноцінні шоу або спеціальні виступи. Але завдяки співпраці з університетом, Карлін отримав можливість зняти свої виступи в повноцінному форматі.

Стендап-спешл “*George Carlin at USC*” був знятий на відеокамери та оброблений для показу студентам та використання в академічних курсах. Це стало першим відеозаписом, який спеціально був призначений для дослідницьких та навчальних цілей.

Цей перший стендап-спешл Джорджа Карліна унікальний не лише тим, що він був першим в своєму роді, але й тим, що він поклав початок традиції запису стендап-виступів та їх використанню в академічному середовищі [28]. Він відкрив нові можливості для дослідження, аналізу та вивчення цього жанру комедії, а також сприяв поширенню та популяризації стендап-спешлів серед широкої аудиторії.

У світі сьогодні стендап-спешл є важливою складовою сучасної комедійної культури. Він надає можливість комікам виразити свою творчість, дотепність та спостережливість, а глядачам – насолодитися гумором та провести час у приємній атмосфері. Цей жанр комедії продовжує заробляти популярність завдяки своїй автентичності та здатності проникнути до серця аудиторії.

Стендап-спешли стали популярними в культурі, оскільки вони надають можливість комікам продемонструвати свою творчість, зніматися на великому екрані та досягати глобальної публіки. Вони не лише розважають, але й викликають роздуми, підносять соціальні питання та промовляють до глядачів на рівні гумору та рефлексії.

Отже, стендап-спешл – це форма стендап-комедії, жанр, який залучає аудиторію своїм живим характером, персональним підходом коміка та культурним контекстом. Він став частиною сучасної комедійної культури та продовжує розвиватися, привертаючи увагу глядачів з усього світу.

### **1.1.2 Історія та еволюція стендап-комедії**

Дослідження походження стендап-комедії показують, що її витoki детально не простежено. У своїй «Енциклопедії американського гумору ХХ-го століття» (“*Encyclopedia of 20<sup>th</sup> century American Humor*”) Дон Нілсен пояснює, що стендап-комедія почала проростати з бурлескних і водевільних традицій і

сягає корінням до італійської комедії XV століття [40]. Він пояснює, що термін «водевіль» походить від французького “*voix de ville*”, що означає «голос села», або від французького “*vaux de Vire*”, що означає «долина Вір». Але в той час як бурлеск і водевіль включали в себе музику, вар’єте, комічні розмовні частини, стендап-комедія складається лише з розмовних частин таких шоу.

В Америці найдавніша форма стендап-комедії походить з водевілю, який спочатку був представлений у формі менестреля або вар’єте. Світлошкірі коміки фарбували обличчя в чорний колір і виступали, розмовляючи та співаючи на діалектах темношкірого населення. Близько кінця XIX століття шоу менестрелів переросло в американський водевіль [38]. На початку XX століття всі гумористи виконували бурлеск і водевіль, дуже популярні жанри американської естради або популярного театру, перш ніж зосередитися на стендап-комедії.

Протягом 1920-х років водевільний театр зазнав тиску, оскільки численні виконавці з’являлися на радіо-шоу, а це означало, що глядачі могли слухати їхні виступи без необхідності платити в театрах. Тим не менш, американці змогли підтримувати стендап-комедію в “*Borscht Belt*”, відомій курортній зоні, і по всьому “*Chitlin Circuit*” [22], що був регіоном з кабаре, невеликими театрами та нічними клубами у найбільших містах Америки, таких як Чикаго, Детройт і Вашингтон. У ці роки стендап-комедія набула неформального характеру і була пронизана чорним гумором, сарказмом і сатирою. Перший у світі комедійний клуб був відкритий у районі Шіпсхед-Бей, Нью-Йорк, у 1962 році.

У 1970-х роках стендап-комедія почала досягати свого піку і швидко розширилася до величезних концертних залів і арен. Телебачення перетворилося на справжній комедійний ринок і збільшило популярність численних стендап-коміків. У наш час стендап-комедія все ще переважає в суспільстві і підтримується новими медіа, такими як Інтернет (наприклад, платформи “*YouTube*” і “*Laugh.com*”) або комедійними телевізійними каналами (наприклад, “*Comedy Central*”) у всьому світі.

Можна зробити висновок, що стендап-комедія, принаймні у тому вигляді, в якому відома сьогодні, – відносно недавнє явище. Досить поширеною є думка

також і про дещо інакше походження стендап-комедії. Вважається, що її «батьком» став Марк Твен як один із комедійних ораторів, які гастролювали країною із гумористичними виступами у ХІХ-му столітті [35]. Тож дійсно, стендап-комедія почала з'являтися як популістська розвага у водевілях у перші десятиліття ХХ-го століття. Хоча комедія була обов'язковим елементом кожного водевілю, вона найчастіше мала форму стандартних номерів, які виконувалися командами гумористів (які говорили один з одним, а не з глядачами). Але деякі виконавці, такі як Френк Фей [39], стали відомими завдяки своїй здатності до імпровізаційних реприз, коли працювали ведучими у водевільних театрах, таких як знаменитий театр «Палас» у Нью-Йорку. Між іншим, поки одні вважають Марка Твена «батьком» стендап-комедії, інші ж визнають Франка Фея першим стендап-коміком в історії.

Проте коміком, який, мабуть, зробив найбільше для того, щоб стендап-комедія стала основним елементом американської популярної культури, був Боб Хоуп [52], британець за походженням, колишній артист водевілю, який виступав з піснями і танцями. Б. Хоуп розробив захоплюючий стиль швидких коротких жартів як ведучий водевілів, а з 1938 року – як ведучий власної найрейтинговішої радіопрограми. Змушений вигадувати свіжий матеріал для своїх щотижневих радіомонологів – і для військової аудиторії, яку він часто розважав, – Б. Хоуп найняв команду сценаристів, які придумували жарти, що обігравали новини дня, місцеві плітки в містах і військових базах, які він відвідував, а також позасценічні витівки Б. Хоупа і його друзів з шоу-бізнесу. Це був значний відхід від водевілів і комедії «Борщового поясу», чиї жарти були типовими, значною мірою взаємозамінними і могли повторюватися майже до безкінечності.

Стендап-комедія, яка так залежить від спільного досвіду, уявлень про світ і навіть нюансів мови, рідко виходила далеко за межі своїх національних кордонів. У той час, як ця форма процвітала у Сполучених Штатах, паралельні, але значною мірою окремі традиції стендап-комедії розвивалися в інших країнах, насамперед у Великій Британії. Подібно до ситуації в Америці, її історія почалася наприкінці ХVІІ-го й упродовж ХІХ-го століть, і, за словами Олівера Дабл, «вона



розвивалася паралельно зі своїм американським аналогом» [22]. Британська стендап-комедія походить із величезних м'юзик-холів. Виконавцями в цих залах були переважно співаки, які виступали перед публікою з робочого класу. У 1868 році в Лондоні вже було більше двохсот м'юзик-холів у центрі міста і навіть більше на околицях [14, с. 49]. У той час переважали характерні пісні, що часто були жартівливими і виконувались безпосередньо перед глядачами. Протягом наступних років цей стиль все більше наближався до сучасного стилю стендап-комедії, в якому виконавці стали розповідати набори власноруч написаних жартів.

У 1920-х роках такі вар'єте зазнали тих же проблем, що й водевіль в Америці, коли вони почали занепадати через появу фільмів. З 1960 року вар'єте не витримували конкуренції з телебаченням і могли підтримуватися лише в клубах для робітничого класу [36]. Розваги там почали розвиватися, і в 1967 році в Йоркширі були відкриті нові відомі клуби, як-от *“Batley Variety Club”*. Тим часом, з британських клубів народної музики з'явилося все більше стендап-коміків, чий виступи набували розмовності.

Телебачення і радіо сприяли зростанню інтересу до стендап-комедії, і такі зірки, як Бернард Меннінг, Боббі Томпсон, Стен Бордман і Френк Карсон, стали відомими завдяки телевізійним шоу *“The Wheeltappers”* і *“Shunters Social Club”* [38]. У 1979 році Пітер Розенгард навіть відкрив перший в американському стилі стендап-комедійний клуб, а саме *“Comedy Store”* в Лондоні, в якому починали свою кар'єру найуспішніші виконавці 1980-х. Незабаром британська стендап-комедія почала поширюватися по всій країні й навіть за її межі.

У сучасному світі стендап-комедія займає центральне місце в розважальній індустрії. Вона стала популярною національною та глобальною сценою, з коміками, які виступають на клубних концертах, фестивалях та телевізійних шоу. Соціальні мережі також стали важливою платформою для поширення стендап-виступів і забезпечення їх доступності широкій аудиторії.

Отже, історія стендап-комедії відображає її еволюцію від жанру виступів в клубах до великої розважальної індустрії з численними талановитими коміками, які використовують її як засіб висловлення, розваги та соціальної критики.

## 1.2 Концепція мультимодальності

Концепція мультимодальності зацікавила нас із точки зору різносторонності жанру стендап-комедії та стендап-спешлу як його форми реалізації, тому і стала ключовою у проведенні дослідження. Перш за все вбачаємо за необхідне розглянути загальне поняття мультимодальності перед тим, як переходити до розгляду цієї концепції в лінгвістичному полі.

Мультимодальність – це термін, який зараз широко використовується в академічному світі. Кількість назв публікацій, що містять цей термін, зросла в геометричній прогресії відтоді, як він вперше з'явився в середині 1990-х років [15]. Відтоді з'явилося безліч конференцій, монографій, збірників наукових праць та інших академічних дискусійних форумів, присвячених мультимодальності. Науковці, які беруть участь у цих дискусіях, походять з різних дисциплін, включаючи лінгвістику, семіотику, медіа-дослідження, нові дослідження грамотності, освіту, соціологію та психологію.

З огляду на те, що цей термін так часто і поширено вживається, можна зробити висновок, що науковці різних галузей знайшли спільний феномен інтересу, об'єкт для дослідження. Дійсно, цей феномен чи об'єкт зацікавлення можна у загальних рисах описати як «створення сенсів різними способами» або «комунікація різними шляхами» [34, с. 56]. І все ж варто зазначити, що «мультимодальність» має різні визначення залежно від галузі дослідження. Саме тому про поняття мультимодальності неможливо говорити, не вказуючи теоретико-методологічну основу.

Якщо «засіб для створення смислу» – це «модальність» або «модус», як його зазвичай називають, то можна сказати, що термін «мультимодальність» є визнанням того факту, що люди використовують різні засоби для створення

смыслу. Але саме по собі це визнання не дає точного опису поняття мультимодальності.

Мультимодальність ставить під сумнів традиційний суворий розподіл сфер дослідження між дисциплінами на тій підставі, що у світі засоби смислотворення не діють ізольовано, а майже завжди з'являються разом: зображення з написаним текстом, мова з жестом, математична символіка з письмовим текстом, і так далі. Саме до визнання необхідності вивчення того, як різні види смислотворення поєднуються в інтегроване, мультимодальне ціле, закликали науковці, коли почали використовувати термін «мультимодальність» наприкінці 1990-х років [34]. Це стало визнанням необхідності вийти за емпіричні межі існуючих дисциплін і розробити теорії та методи, які могли б пояснити способи, якими ми використовуємо жести, написи, мову та інші засоби для створення значень, які не може пояснити жодна з існуючих дисциплін. Цей факт став лише більш помітним із впровадженням цифрових технологій, які дозволяють людям комбінувати засоби творення смислів, які раніше було складніше або взагалі неможливо поширювати, принаймні для більшості людей (рухоме зображення – один із доречних прикладів). Таким чином, введення поняття мультимодальності знаменує собою значний поворот у теоретизуванні та аналізі смислу [23].

Розглядаючи викладене вище, можна виокремити три ключові передумови мультимодальності:

- 1) значення створюється за допомогою різних семіотичних ресурсів, кожен з яких пропонує різні потенційні можливості та обмеження;
- 2) творення смислу передбачає продукування мультимодальних цілих;
- 3) якщо ми хочемо вивчати смисл, ми повинні звернути увагу на всі семіотичні ресурси, які використовуються для створення цілого.

Варто надати кілька пояснень стосовно поняття вище наведених пунктів. По-перше, не всі вчені, які працюють у сфері мультимодальності, використовують словосполучення «творення смислу» (*“meaning making”*). Вони можуть використовувати такі терміни, як «мультимодальна комунікація»,

«мультиmodalний дискурс» або «мультиmodalна взаємодія», залежно від свого дисциплінарного підходу.

По-друге, інтерес до зв'язків між різними способами творення смислу існував до введення терміну «мультиmodalність» [15]. Наприклад, дослідження жестів та їхнього відношення до мови, погляду та об'єктного середовища має довгу історію в лінгвістичній антропології та соціології взаємодії. Такі ранні внески надали важливі уявлення у сфері мультиmodalності. Водночас слід зауважити, що потенційний обсяг емпіричних досліджень мультиmodalності виходить далі. Зараз цікавість дослідників перейшла від виключного інтересу до мови до інтересу до мови та її відношень з іншими способами творення смислу, а потім до загального інтересу до творення смислу загалом, без чіткої базової точки: мови чи будь-якого іншого модусу.

По-третє, використовуючи термін «мультиmodalність», вчені мають різні епістемологічні погляди, тобто погляди на те, як можна здобути знання про світ. Деякі підходи до мультиmodalності передбачають можливість та необхідність розробки інтегрованої теоретичної та методологічної основи для деяких способів творення смислу, наприклад, для дослідження мови, жестів, поглядів та матеріального середовища [15]. В інших підходах передбачається можливість та необхідність розробки загальної теоретичної та методологічної основи для всіх способів творення смислу – незалежно від того, чи це зображення, жест чи письмо, чи будь-який інший засіб. Таким чином, дослідники, що використовують термін «мультиmodalність», можуть визначати різні межі того, що вони намагаються пояснити у емпіричному світі, відповідно до своєї епістемології.

Мультиmodalність – це концепція, яка вказує на можливість сприймання та генерації інформації через різні сенсорні канали, такі як зоровий, слуховий, тактильний та інші [15]. У мультиmodalному підході дані обробляються та інтерпретуються через декілька способів сприймання і взаємодії, що дозволяє краще розуміти та взаємодіяти з оточуючим світом.

Мультиmodalність може застосовуватися в різних галузях, включаючи інформаційні технології, штучний інтелект, розробку інтерфейсів користувача,

медицину, освіту та багато інших. Наприклад, мультимодальні системи розпізнавання мови можуть враховувати як текстові введення, так і голосові команди, що дозволяє користувачам взаємодіяти з комп'ютерами більш природним способом. Також мультимодальність може бути важливою в контексті робототехніки, де роботи можуть сприймати і використовувати інформацію з декількох сенсорних джерел, щоб краще навігувати в навколишньому середовищі і виконувати завдання.

Узагальнюючи, мультимодальність означає інтеграцію різних способів сприймання і обробки інформації для забезпечення більш ефективної інтеракції з оточуючим світом і технологічними системами.

Мультимодальність як явище отримувала все більше теоретичних характеристик протягом всієї історії комунікації. Дійсно, це явище вивчається щонайменше з 4 століття до нашої ери, коли класичні оратори згадували про мультимодальність, акцентуючи увагу на голосі, жестах і виразах під час публічних виступів [50, с. 37]. Однак, терміну не було надано значущого визначення до 20 століття. У цей час стрімкий розвиток технологій створив багато нових способів презентації. Відтоді мультимодальність стала стандартом у 21 столітті, застосовуючись до різних мережевих форм, таких як мистецтво, література, соціальні медіа та реклама. На зміну моноmodalності, або сингулярному режиму, який раніше визначав представлення тексту на сторінці, прийшли більш складні та інтегровані способи представлення. Джон А. Бейтман у своїй книзі «Мультимодальність і жанр» (*“Multimodality and Genre”*) пише: «Сьогодні... текст – це лише одна нитка в складній презентаційній формі, яка безперешкодно включає візуальний аспект „навколо“, а іноді навіть замість самого тексту» [13, с. 93]. Мультимодальність швидко стала «нормою людської комунікації».

Отже, мультимодальність, яка є ключовою концепцією нашого дослідження, представляє собою широко використовуваний термін у сучасному академічному середовищі. Ця концепція охоплює використання різних мовних, візуальних та звукових засобів для створення комплексного сприйняття

інформації. Вона переходить за межі одного режиму вираження і включає в себе різноманітність засобів спілкування. Мультимодальність стає об'єктом уваги вчених з різних галузей, що свідчить про її важливість у розумінні та аналізі різноманітних явищ, включаючи жанрові особливості стендап-комедії.

### **1.2.1 Лінгвістичне поняття мультимодальності**

У лінгвістиці мультимодальність відноситься до способу вираження та сприймання інформації за допомогою різних мовних та немовних елементів, які взаємодіють для передачі значення [15]. Це означає, що мовлення та комунікація можуть використовувати не тільки слова, а й інші засоби, такі як жести, міміка, тон голосу, ритм, образи, малюнки, відео, анімація та інші засоби.

У лінгвістиці традиційно визначали об'єкт дослідження на основі двох конкретних модусів: мовлення та письма. Звідси деякі лінгвісти розглядали можливості вивчення зв'язків з іншими модусами. Інші дисципліни, такі як психологія, соціологія, (соціальна) семіотика та антропологія, визначали свій об'єкт дослідження у більш загальних термінах, пов'язаних з поняттями «творення смислів» [12]. У лінгвістиці, а також у інших дисциплінах, які сприяють розвитку мультимодальності, існує значна різноманітність теоретичних та методологічних підходів.

Наприклад, мультимодальність вивчається в аналізі дискурсу, аналізі розмови, системно-функціональній лінгвістиці та когнітивній лінгвістиці. Існує також значна різноманітність в методології: деякі дослідження є глибокими аналізами окремих випадків (текстів або фрагментів взаємодії), інші базуються на великих корпусах та спрямовані на перевірку гіпотез [12]. У багатьох дослідженнях вибрані елементи різних підходів були прийняті та поєднані з поняттями та методами інших дисциплін. Наприклад, технологія відстеження очей використовувалася для «перевірки» певних концепцій, запропонованих у соціальній семіотиці. Інші роботи намагалися поєднати концепції соціальної семіотики з етнографією.

Одним із наслідків цього використання мультимодальності є те, що старі назви для дисциплін стали непридатними. Наприклад, терміни «аналіз розмови» (*“Conversation Analysis” – CA*) або «системно-функціональна лінгвістика» (*“Systematic-Functional Linguistics” – SFL*) вже не відповідають обсягу дисциплін, які вони описують. Запропоновано нові терміни для відзначення змін обсягу цих дисциплін, такі як «мультимодальний аналіз дискурсу» (*“Multimodal Discourse Analysis”*) чи «мультимодальний аналіз розмови» (*“Multimodal Conversation Analysis”*), але вони не отримали широкого розповсюдження і ймовірно не стануть сталими термінами.

Кожна з лінгвістичних традицій, в яких була використана мультимодальність, має власні вибори термінології, пов'язані з різними уявленнями про те, що описується як «засоби творення смислів» (*“means for making meaning”*). У деяких традиціях, таких як соціальна семіотика, використовуються терміни «модус» (*“mode”*) та «семіотичний ресурс» (*“semiotic resource”*), і запропоновано визначення, які роблять розрізнення між ними. В інших традиціях, таких як аналіз розмови, використовується термін «(семіотичний) ресурс», але термін «модус» не використовується або використовується дуже рідко [15].

Термін «мультимодальність» означає поєднання кількох способів сприйняття та комунікації, таких як зір, звук, написаний текст, зображення, відео, музика тощо, які продукують зміст у будь-якому повідомленні. У певному сенсі вся комунікація є мультимодальною, оскільки навіть у доцифрові часи зміст створювався не лише за допомогою письма, але й за допомогою вибору шрифту, ілюстрацій, оформлення сторінки тощо, а в усному спілкуванні – як за допомогою лінгвістичних, так і паралінгвістичних засобів. У цифрову епоху мультимодальність стала ще більш важливою для комунікації, і це особливо актуально для тих, хто вивчає мову, які залежать від безлічі каналів, доступних на екрані, які допомагають зрозуміти значення цільовою мовою [23].

Мультимодальність у лінгвістиці вивчає, як різні елементи комунікації співіснують і спільно передають смислову інформацію. Наприклад, в жестовій

мові жести, міміка та слова можуть використовуватися разом для виразної комунікації. Також в усному мовленні тон голосу, інтонація та ритм можуть доповнювати слова і додавати додатковий смисл до висловлювання.

Мультимодальність важлива в лінгвістиці, оскільки вона допомагає краще розуміти, як люди взаємодіють і спілкуються не лише за допомогою мови, але й інших комунікаційних засобів. Це також стосується досліджень мовленнєвого розвитку та сприймання мовлення у різних контекстах, включаючи комунікацію в мовленнєвих порушеннях та мовних стилістиках.

Коли розглядається поняття мультимодальності, то до уваги береться модуси і медіа передачі або реалізації значень. Модуси – це різні способи, якими ми можемо творити смисл. Гюнтер Кресс визначає модус як «[...] соціально та культурно сформований ресурс для творення сенсу. Зображення, текст, схема, усне мовлення, рухомі зображення є прикладами різних способів» [34, с. 28]. Комунікація відбувається по-різному, тому важливо знати про різні способи, які використовуються у спілкуванні, щоб повністю розуміти значення, які передаються. Їх можна розділити на п'ять категорій: лінгвістичні, візуальні, звукові, жестикуляційні, просторові. Важливо зазначити, що текст не обов'язково повинен містити всі перераховані вище модуси, щоб вважатися мультимодальним; він може містити два або більше.

Лінгвістичний модус фокусується на значенні письмової чи усної мови у спілкуванні [13, с. 153]. Наприклад, сюди входять вибір слів, словниковий запас, граматики, структура тощо. Розгляд мультимодальності з точки зору лінгвістики є найбільш поширеним у дослідженні комунікації.

Візуальний модуль фокусується на значенні того, що бачить глядач. Сюди входять: зображення, символи, відео, знаки тощо. Він також включає аспекти візуального дизайну, такі як колір, макет, тип і розмір шрифту тощо.

Звуковий модус фокусується на значенні того, що чує слухач [34, с. 41]. Сюди входять: звукові ефекти, музика, голос. Він може бути реалізований за допомогою тону, висоти, швидкості, гучності, ритму тощо.



Жестовий модус фокусується на значенні комунікації через рух. Сюди входять: міміка, жести, мова тіла, взаємодія між людьми [34, с. 58]. Все це приклади невербальної комунікації, оскільки значення передається без використання мови.

Просторовий модус фокусується на значенні комунікації через фізичне розташування [34, с. 89]. Сюди входять: розміщення, простір, відстань між елементами в тексті, близькість між людьми/об'єктами і т. д.

Інший тип мультимодальності полягає в медіа. Медіа – це форми, в яких існують різні модуси, тобто засоби, за допомогою яких люди можуть отримати доступ до цих модусів. Іншими словами, медіа це носії модусів [34, с.148].

На модуси впливає тип медіа, в якому вони поширюються. Носій тексту може визначати мету тексту та його цільову аудиторію. Різні типи носіїв включають, але не обмежуються лише такими медіа: книги, газети, радіо, телебачення/кіно, білборди, театр, веб-сайти, дописи в соціальних мережах та ін.

Важливо також зазначити, що для тексту може існувати більше одного носія (медіа) [12]. Наприклад, онлайн-газета поєднує форму газети з макетом/функціями веб-сайту для легкого глобального доступу. Крім того, онлайн-газети мають перевагу в тому, що вони оновлюються в режимі реального часу, тому новини повідомляються швидко.

Аналізуючи мультимодальний текст важливо визначати його медіа – носії. Ця інформація допомагає визначити функцію тексту і його цільову аудиторію. Необхідно також зазначити різні модуси (способи передачі інформації), з яких складається текст, і те, що кожен з них передає [12]. Модуси передають повідомлення, яке можна інтерпретувати, розглядаючи кожен з них як окремо, так і разом, адже комунікація залежить не лише від одного способу передачі її сенсів.

Окрім суто філологічних досліджень мультимодальність застосовується і у розробленні методів викладання іноземних мов та практики перекладу, зокрема. Вони тісно пов'язані із вербальними та невербальними методами передачі

інформації, а тому й ґрунтуються на чотирьох способах – візуальному, аудіальному, кінестетичному, текстовому (читання/письмо).

Мультиmodalні методи навчання – різні способи викладання, які використовують різні сенсорні модули. Це важливий спосіб викладання, оскільки він дозволяє студентам виявити свій улюблений спосіб навчання і зосереджується на адаптації навчання до їхніх індивідуальних стилів.

Візуальний спосіб навчання стосується людей, які запам'ятовують інформацію зорово. Наприклад, вони можуть надавати перевагу використанню графіків, малюнків, схем, карток тощо, щоб мати змогу візуалізувати інформацію та запам'ятати її [23].

Аудіальний спосіб навчання стосується людей, які запам'ятовують інформацію на слух. Такі учні можуть віддавати перевагу вправам на аудіювання, в яких вони слухають інформацію і повторюють її.

Кінестетичний спосіб навчання підходить для людей, які запам'ятовують інформацію через фізичну активність. Наприклад, вони можуть вважати за краще показати комусь, як щось робити, замість того, щоб просто пояснювати це в письмовій формі [23].

Читання/письмо – це спосіб навчання для людей, які запам'ятовують інформацію, читаючи тексти та записуючи їх. Учні з таким стилем навчання можуть вважати за краще відповідати на запитання з підручника або електронної книги [23].

Загалом, у лінгвістиці мультиmodalність визначається як спосіб вираження та сприймання інформації через різні мовні та немовні елементи. Ця концепція розширює традиційні області вивчення, які орієнтовані на мовлення та письмо, включаючи різні аспекти візуального та звукового сприймання. Вивчення мультиmodalності здійснюється у різних лінгвістичних традиціях та методологіях, а її важливість виявляється в аналізі дискурсу, аналізі розмови та інших лінгвістичних підходах. У сучасному цифровому віці, де спілкування залежить від різних каналів інформації, мультиmodalність стає ключовою для кращого розуміння та вивчення мови.

Отже, стендап-комедія не лише служить засобом розваги, але й виступає як ефективний механізм соціальної комунікації. Артисти цього жанру використовують гумор для аналізу суспільних явищ, політики, культурних стереотипів, расових питань та інших тем. Вони розповідають жартами, які можуть спонукати до рефлексії і викликати задуми. Стендап-спешли як піджанр стендап-комедії став невід'ємною частиною комедійної культури, привертаючи увагу глядачів з усього світу і продовжуючи активно розвиватися. Стендап-спешли отримали велику популярність в сучасній культурі, оскільки вони надають комікам можливість проявити свою творчість, виступати перед широкою аудиторією та здобувати глобальне визнання. Цей формат не лише призначений для розваг, але й стає засобом висловлення думок, підняття соціальних питань і спонукання до роздумів.

Стендап-спешли характеризуються своєю мультимодальністю, яка є ключовою у нашому дослідженні. Цей термін широко вживається в сучасному науковому середовищі. Ця концепція охоплює використання різних мовних, візуальних та звукових засобів для створення комплексного сприйняття інформації. Вона виходить за межі одного способу вираження і включає в себе різноманітність засобів спілкування. Мультимодальність здобуває популярність серед дослідників з різних галузей, що свідчить про її важливість у розумінні та аналізі різноманітних явищ, включаючи особливості жанру стендап-комедії.

## РОЗДІЛ II

### СТЕНДАП-СПЕШЛ ЯК ФОРМА МУЛЬТИМОДАЛЬНОГО ВИРАЗУ

#### 2.1 Взаємодія як основа стендап-спешлу

Стендап-спешли є унікальною формою комедійного виступу, оскільки вони поєднують в собі яскравий гумор та візуальні компоненти, які можуть підкреслити комічний ефект виступу. Мультимодальність стендап-спешлу проявляється у різноманітності взаємодії його проявів: вербальний гумор із невербальними аспектами, парамова й текст, навіть взаємодія коміка і аудиторії – це все демонструє різносторонність, а отже і мультимодальність стендап-спешлу як жанру комедії.

Паралінгвістика відіграє центральну роль у комедії загалом і є важливою характеристикою стендап-комедії. М. Л. Апте підкреслює вербальний прояв як основу гумору і наголошує на важливості паралінгвістичних елементів у гуморі. У своїй праці він підтримує тезу про те, що «невербальні виразні рухи, особливо жести, є важливим елементом вербального гумору» і підкреслює, що жести часто «необхідні для передачі несерйозного наміру вербального повідомлення», а також «можуть бути перебільшені з більшою легкістю для візуального впливу» [8]. Таким чином, виявлення «несерйозного наміру» за допомогою жестів може посилити невідповідність, що переважає в гуморі. Далі він стверджує, що «жести важливі в гуморі, який значною мірою залежить від його виконання та акторської гри» [8]. Ці твердження показують, що якість виступу гумористів залежить не лише від змісту жартів та історій, які вони розкривають. Успішний виступ – це набагато більше, ніж просто слова, які сприяють успішному виконанню. Коміки повинні усвідомлювати важливість свого сценічного образу та манери подачі матеріалу. Тому інтонація та мова тіла є важливими складовими успішного виступу.

У ході нашого дослідження було виявлено підтвердження думці про важливість невербальних засобів комунікації для посилення комічного. Наприклад, досліджуваний нами стендап-комік Джеррі Сайнфелд має дуже

активний сценічний образ і часто імітує звуки, які видають персонажі його історій. Цей прийом слугує для посилення реакції аудиторії. Стівен Райт, натомість, зображує надзвичайно пасивного сценічного персонажа. Аналізуючи його поведінку, складається враження, що він взагалі не використовує паралінгвістичні засоби. Але при більш детальному розгляді його виступів, ми можемо прийти до іншої точки зору. С. Райт чудово використовує паралінгвістичні засоби, впроваджуючи їх у свій апатичний стиль виконання. Навіть якщо він не імітує персонажів так, як це робить Дж. Сайнфелд, він створив свій власний сценічний образ, а отже, і свій власний стиль використання парамови.

У стендап-спешлі взаємодія мовленнєвих та візуальних компонентів є критично важливою для досягнення максимального комічного ефекту. Комік використовує мовлення для пояснення жартів та створення гумористичного контексту, а візуальні компоненти допомагають виразити та підкреслити цей контекст.

Наприклад, комік може розповідати аудиторії про свої комічні пригоди під час подорожі і водночас використовувати мапу або фотографії з подорожі як візуальні елементи, які ілюструють його розповідь. Це дозволяє аудиторії буквально «побачити» подорож коміка та створює гармонію між мовленнєвим та візуальним виразом.

Крім того, візуальні компоненти можуть включати в себе використання реквізиту, костюмів та декорацій [7, с. 68–72]. Наприклад, комік може вдягнути специфічний костюм або використовувати певний предмет для підкреслення своєї історії або жарту. Використання реквізиту додає не лише гумористичний, але і візуальний аспект до виступу. У переважній більшості ж артисти не вдаються до специфічного одягу; вони часто одягнені у повсякденне вбрання, або ж у класичні костюми, що додає їхньому зовнішньому вигляду впевненості, переконливості. Особливо класичний строгий одяг сприяє посиленню комедійного ефекту з огляду на злам очікування, який стається тоді, коли комік у

такому вбранні неочікувано для глядача використовує обценну лексику та вдається до чорного гумору.

Один з ключових аспектів візуального виразу у стендап-спешлі – це міміка та жестикуляція коміка. Використання жестикуляції може підкреслити гумористичний ефект жарту, зробити його більш зрозумілим для аудиторії та створити додатковий шар виразності. Наприклад, комік може використовувати жести, щоб показати різницю між різними персонажами у своїй історії, або ж використовувати міміку обличчя для підкреслення свого настрою або ставлення до обговорюваної теми.

До прикладу, британсько-ірландський стендап-комік Джиммі Карр у своєму стендап-спешлі «Темні матерії» (*«His dark material»*), від самого початку активно використовує жести та особливо погляди. Що відрізняє звичайний стендап-виступ та стендап-спешл, так це прямі погляди коміка в камеру. Дж. Карр в певні моменти ніби дивиться прямо на глядача стендап-спешлу, руйнуючи при цьому ефект «четвертої стіни» й посилюючи емоційне забарвлення жартів. На самому початку свого спецлугу він попереджає глядачів про використання обценної лексики та підняття тем, які можуть бути образливими глядачам.

Посеред речення (1) *“There is a huge different between doing a joke about a rape...”* (*«Є велика різниця між жартом про зґвалтування...»*) (Jimmy Carr, *“His dark materials”*) він робить паузу, показуючи при цьому жести руками, які ніби схиляють глядача зупинитися і зосередитися на сказаному (додаток Б). У цей час камера рухається навколо коміка, зупиняється прямо навпроти нього і артист робить паузу в реченні, дивлячись прямо в камеру, киваючи головою й розводячи руками, даючи можливість аудиторії вивільнити свою реакцію сміхом на сказане і те, що, на їхню думку, має бути продовженням жарту. Тоді комік завершує речення *“... and doing a rape”* (*«... і зґвалтуванням»*), при цьому роблячи чіткі вказівні рухи руками. Його жести ніби не відповідають його жартам, адже допомагають артисту справляти враження інтелігентності, вихованості, помірності. І саме ця відмінність між зовнішнім виглядом (паромовою) і

наповненням виступу (вербальним проявом) посилюють ефект комічного у вербальному прояві стендап-спешлу.

Дж. Раттер підкреслює важливість аудиторії у стендап-комедії, кажучи, що «як і розмова, стендап є “спільним виробництвом” [...] і стає можливим завдяки активному залученню тих, хто взаємодіє» [48]. А. Росс стверджує, що відверта конфронтація з аудиторією робить стендап більш динамічним, але водночас ризикованим для виконавця [47]. Стендап-комедія – це свого роду командна робота, співпраця між виконавцями та їхньою аудиторією. Їхній успіх і враження залежать від дій одне одного, і, аналізуючи стендап-комедію, ми усвідомлюємо, що саме глядачі в основному відповідають за таймінг виконавця. Їхня реакція у вигляді сміху або мовчання показує стендап-коміку, чи зрозуміли вони жарт, чи ні, чи оцінили вони його, чи ні. Дж. Сулс стверджує, що сприйняття гумору вимагає розуміння матеріалу, сприйняття має бути найкращим, коли матеріал вимагає помірної кількості зусиль. Сприйняття гірше, якщо матеріал жарту занадто простий або надзвичайно складний для розуміння. Сміх відіграє вирішальну роль у гуморі і, таким чином, слугує для вираження цілої низки почуттів у реакції аудиторії [49, с. 44]. Хороший виступ – це важка праця для коміка, адже глядачі постійно хочуть, щоб їх розважали. Якщо він заслуговує на вдячність своїх слухачів, вони, як правило, аплодують і сміються.

Аудиторія також може втручатися у хід виступу сміхом. Зокрема, у стендап-комедії ми можемо спостерігати, як аудиторія починає сміятися на самому початку жарту або одразу після його сетапу. У цьому випадку ми не можемо стверджувати, що сміх слугує для оцінки змісту жарту. Він радше є наслідком майстерної гри коміка або того, що аудиторія почала принаймні частково передбачати несподівану розв'язку. Щодо кінця жарту, то очевидно, що послідовність розповіді жарту майже завжди завершується і закінчується фіналом, який слугує для завершення жарту і дає привід для сміху. Але очевидно, що реакція аудиторії не завжди однакова. Їх реакція у вигляді сміху також залежить від виконання і від того, як вони сприймають жарт.

Стендап-комік може використовувати невербальне мовлення для комунікації із глядачем і творення комічного. До прикладу, у своєму стендап-спешлі «Темні матерії» Джиммі Карр підняв тему COVID-19, попросивши підняти руку тих глядачів, які не готові вакцинуватися, бо вважають вакцинацію небезпечною (додаток В). Після того, як певна кількість глядачів підняли руки, комік промовив панч-лайн: (2) *“Now take that hand and slap yourself in the f\*cking face.”* («А тепер лясніть себе цією рукою по пиці.») (Jimmy Carr, “His dark materials”) І якщо сетап цього жарту був вимовлений досить дружньою інтонацією й із довірливим виразом обличчя коміка, то панч-лайн було промовлено більш претензійно й засудливо. Після цього глядацька зала заповнилася гучним сміхом аудиторії, адже в цьому жарті було зруйновано очікування як у вербальному, так і невербальному вимірах.

З огляду на досліджуване можемо зробити висновок, що різноаспектність взаємодії у стендап-спешлі доводить його мультимодальність. У стендап-спешлі важливо враховувати тематичну відповідність між мовленнєвими та візуальними компонентами. Це означає, що візуальні елементи мають підсилити або доповнити те, що говорить комік. Розуміння взаємодії аспектів візуального виразу з мовленнєвими компонентами у стендап-спешлі допомагає розкрити багатогранність цієї комедійної форми та допомагає комікам досягати більшого комічного ефекту через мультимодальний підхід до виступу.

## **2.2 Мовні та жанрові особливості стендап-спешлу**

Сучасна комедія знайшла своє втілення у формі стендап-спешлу. Ця частина дослідження спрямована на вивчення мовних та жанрових особливостей стендап-спешлу. У рамках цього розділу розглядаються такі аспекти, як лексичні та стилістичні особливості, а також невербальні прояви комічного.

Стендап-спешл відзначається своєю специфічною лексикою та стилістикою, які визначають особливості цього жанру комедії. Важливо вивчити, які саме лексичні одиниці використовують стендап-коміки під час виступів у форматі спецшу. Це можуть бути власні вирази, жаргон, або специфічні фразеологізми, які допомагають комікам



створювати гумористичні ситуації та ефективно спілкуватися з аудиторією. Дослідження таких лексичних особливостей допомагає розкрити специфіку стендап-спешлу та його відмінність від інших жанрів комедії.

Крім того, стилістичні аспекти грають важливу роль у створенні гумористичного ефекту в стендап-спешлі. Вони включають в себе особливості сценарію, способи використання гіперболи, іронії, парадоксів та інших риторичних засобів. Дослідження цих стилістичних аспектів дозволяє розкрити, яким чином коміки створюють гумористичний контент та досягають комедійного ефекту.

У ході дослідження було виявлено, що головна мета образної мови у стендап-спешлах – змусити глядачів уявити чи інтуїтивно відчувати, що автор має на увазі під виразом чи висловом. Застосування правильного стилістичного засобу образної мови є необхідним у комедійному дискурсі. Незалежно від інструменту, образна мова підсилює думку й робить її більш ефективною.

Опрацювавши стендап-спешли Джиммі Карра, Девіда Шапелла, Джеррі Сайнфелда та Стівена Райта, ми виокремили такі основні стилістичні засоби в стендап-спешлах:

- каламбур, що може базуватися на основі полісемії, омонімії чи фонетичній подібності для зламу очікувань слухачів й показу прихованого значення виразу;
- іронія, що використовується для висновків про наміри оратора та розважання людей у комедійних ситуаціях;
- епітет у поєднанні із синонімами та антонімами – для більшого занурення в контекст і руйнування очікувань;
- метафора – для образності виразів, додавання ефекту літературності [54];
- перифраз – для завуальованості явища чи більш детального опису;
- антитеза, що представляє контрастні явища, на основі яких зламуються уявлення аудиторії [55];

- оксиморон, що виступає засобом вираження прихованої насмішки, має іронічне забарвлення, розкриваючи недоліки людей і висміюючи їхні слабкості й манеру поведінки;
- порівняння, метою застосування якого є оживлення розповіді;
- лексичний повтор для посилення повідомлення комедіанта глядачам, адже з кожним новим разом внаслідок повторення слово набуває виразності та додаткового значення [58];
- гіпербола – для перебільшення реальності за межі раціональної думки;
- риторичні запитання, що змушують глядачів замислитися над темою, що далі розкривається у виступі комедіанта;
- зевгма, що позначає вживання паралельних конструкцій з різними значеннями і є засобом сприяння імплікації іронічного змісту [61].

Крістоф Уїлсон стверджує, що «комік висміює всю або частину своєї аудиторії» за допомогою насмішки, використовуючи стилістичні прийоми. Він навіть розрізняє різні види глузування, подаючи «особисте висміювання», «спільне висміювання» та «самовисміювання» [51, с. 30]. Особисте висміювання дає можливість висловити відверту ворожість до авторитету і, отже, може навіть викликати почуття солідарності серед однодумців проти людини, яка є прикладом гумору. Це визначення показує, що особисті висміювання спрямовані до реальних людей, які або живі, або мертві, і воно в основному використовується для приниження расових і культурних меншин.

Спільні висміювання використовуються, коли жартівники висміюють себе і свою аудиторію одночасно. Самовисміювання – це термін, який використовується, коли жартівники висміюють лише себе [29]. Використання самовисміювання створює ефект комічного через представлення недоліків коміка, якими він хоче потішити глядачів. Тож насправді його можна вважати позитивним джерелом для створення гумору, який навіть допомагає гумористам висловити солідарність і змусити аудиторію ідентифікувати себе з ними.

Висміювання в комедійному дискурсі тісно пов'язане із сатирою. За словами Артура Бергера, «сатирики атакують конкретних осіб, установи чи події» [14, с. 49]. Артур Кестлер визначає сатиру як «словесну карикатуру, яка спотворює характерні риси особистості чи суспільства шляхом перебільшення та спрощення» [33]. Т. Кейн, Дж. Сулс і Дж. Тедескі погоджуються з А. Бергером та А. Кестлером, підкреслюючи, що «сатира може мати на меті показати абсурдність певних манер, класових привілеїв, професійних претензій, інституційних правил» [32, с. 15]. Сатиру можна вважати підкатегорією насмішок і, таким чином, ще одним прийомом гумору, який можна регулярно зустріти на сеансах стендап-комедії.

Сарказм використовує «різкі, зневажливі та їдкі зауваження, часто висловлювані у ворожій манері» [14, с. 54]. А. Бергер також підкреслює, що сарказм використовується «як позиція, як повсякденна манера поводитися з людьми». Використовуючи його, люди часто говорять прямо протилежно тому, що мають на увазі.

Інтонація та ритм мовлення в стендап-спешлі грають вирішальну роль у створенні гумористичного ефекту серед інших засобів невербальної комунікації. Оскільки цей жанр комедії часто передбачає живий виступ перед аудиторією, інтонація та ритм мовлення стають ключовими аспектами взаємодії коміка з глядачами. Дослідження інтонації включає в себе аналіз тону, акцентування певних слів чи фраз, а також використання пауз та зміни гучності в мовленні. Ритм мовлення, в свою чергу, визначає темп виступу та зміну темпу для створення комедійних пауз або ефекту несподіваності.

Вивчення інтонації та ритму мовлення в стендап-спешлі важливо для розуміння, як коміки досягають гумористичного впливу на аудиторію через свій голосовий виконавський стиль. Аналіз цих аспектів допоможе виявити, як коміки контролюють інтонацію та ритм мовлення для створення гумористичного контенту та взаємодії з глядачами.

Як бачимо, стендап-комедія наповнена стилістичними прийомами створення гумористичного, вона має набір термінів, що використовуються як

комедіантами, глядачами, так і дослідниками; цей гумористичний жанр сягає своїм корінням жанру водевілю, шоу менестрелів та має велику популярність в англomовному дискурсі сьогодні.

### 2.2.1 Лексичні та стилістичні аспекти

У нашому дослідженні лексичних і стилістичних аспектів англomовного стендап-спешлу і стендап-комедії, загалом, було приділено особливу увагу творчості Стівена Райта та Джеррі Сайнфелда. Ці артисти використовують специфічну лексику, іронію, гру слів та «жонгливання» контекстом. Їхні виступи часто відзначаються гостротою спостереження, непередбачуваністю та вдалою маніпуляцією мовними засобами для досягнення комічного ефекту.

Дослідження у галузі лінгвістики спрямовані на розкриття та аналіз тих особливостей лексичного багатства та стилістичної різноманітності, які роблять творчість цих стендап-коміків винятковою. Важливим аспектом стає вивчення того, як вони використовують різні мовні засоби для створення гумористичного ефекту та взаємодії з аудиторією. Такий підхід дозволяє краще розуміти мовленнєві стратегії та мовні ресурси, які лежать в основі комічного виступу в стендапі.

У процесі опрацювання виступів Джеррі Сайнфелда нас зацікавив уривок його стендап-спешлу *"I'm Telling You for the Last Time"*, а саме біт про водіїв таксі, поданий у додатку А. Увесь сегмент Дж. Сайнфелда про водіїв таксі в Нью-Йорку є чудовим прикладом його вміння перебільшувати, використовувати гіперболу, щоб висміяти цю групу людей і висловити сарказм. Гіперболу визначають як «зображення рис і особливостей явища або предмета в перебільшеному вигляді» [61] та «мовно-стилістичну фігуру риторичного призначення або поетичний троп, що містять художні перебільшення будь-якого об'єкту художньої рефлексії» [58]. Дж. Сайнфелд одразу починає цей біт з трьох запитань, які слугують для підготовки панчлайну, коли він порівнює запах у таксі із запахом мертвих тіл (*"B.O." – "...till they are dead"*). Цим порівнянням він посилює ефект свого попереднього висловлювання, що містить гіперболу, в якій комік запитує, чи

водії таксі мають зміни аж до самої смерті. Гіпербола такого рівня робить висловлювання різким, вона не корелює з очікуваннями слухачів, а тому призводить до створення комічного.

Далі Дж. Сайнфелд продовжує свою стратегію висміювання водіїв таксі, коли починає говорити про їхні водійські посвідчення. Він висловлює власну думку, яка закінчується ефективним гіперболічним панчлайном “... *I think all you need is a face*”. Стверджуючи це, він має на увазі, що водіям таксі не обов’язково бути розумними, щоб виконувати свою роботу. Ця гіпербола передає, що будь-хто може отримати ліцензію без будь-якої кваліфікації.

Дж. Сайнфелд висміює імена таксистів, які часто важко вимовити та зрозуміти, застосовуючи гіперболу: “*It also helps to have a name with, like, eight consonants in a row*”. Тут стилістичний прийом перебільшення вжито для приниження таксистів; він може бути сприйнятий як ксенофобська атака, враховуючи той факт, що комік наголошує, що здебільшого іноземці так божевільно керують цими таксі. Дж. Сайнфелд висміює екзотичну літеру в імені водія таксі, а також власне незнання цієї літери. Він навіть вводить гіперболічні твердження, що необхідно мати “*chart of the elements*” і “*periodic chart*”, щоб розпізнати цю літеру. Артист повністю перебільшує та висміює водіїв, говорячи про “*boron*” та “*manganese*”. Але такий стиль викладу є ефективним, оскільки аудиторія відчуває ентузіазм від його виступу і безперервно сміється.

Протягом усього свого виступу Дж. Сайнфелд використовує гіперболу, щоб посилити гумористичний ефект смішних історій не лише за допомогою змісту, але й технік виконання. Цей прийом допомагає йому переконатися, що більшість аудиторії зрозуміє суть його жарту. Найчастіше він використовує гіперболу, щоб перебільшити ситуацію, з якою всі американці знайомі.

Стівен Райт також використовує стилістичний прийом перебільшення у своїх виступах. В наступному уривку комік розповідає про 70-тирічну викладачку, яка була його вчителькою у третьому класі, яку він висміює від самого початку: (3) “*When I was in 3<sup>rd</sup> grade I had a seventy-year-old teacher, and she could barely hear anything so she would turn the thermostat down to sixteen*

*degrees so in case anyone talked she could see your breath coming out of your mouth (laughter)*” (Steven Wright, “I Still Have a Pony”). Тут висміювання починається із «вона майже нічого не чула» (“*she could barely hear anything*”), що й послугувало причиною, чому “*she would turn the thermostat down to sixteen degrees so in case anyone talked she could see your breath coming out of your mouth*” («вона знижувала температуру до 60-ти градусів на випадок, якщо хтось говоритиме, щоби бачити пару з його рота»). Ця гіпербола слугує для посилення ефекту комічного шляхом уявлення глядачами абсурдної картинки, що не збігається з реальністю і їхнім досвідом.

С. Райт посилює гумористичний ефект своїх жартів, використовуючи гіперболу. Цей прийом допомагає йому впевнитися, що більшість глядачів зрозуміє жарт. Приклад перебільшення можна знайти в уривку, в якому він розповідає про свого друга Вінні: (4) “*All Winny did ... all day was practice limbo. He got pretty good. He could go under a rug. (laughter)*” (Steven Wright, “I Still Have a Pony”). Комік починає із займенника “all”. Він використовує перебільшення, щоб підкреслити монотонну щоденну рутину Вінні. Він стимулює сміх, розкриваючи єдине абсурдне хобі Вінні – займатися лімбо. Потім Райт на мить перестає перебільшувати і використовує літоту, коли додає “*he got pretty good*”. Він розкриває дивовижний панчлайн, щоб зацікавити глядачів, гіперболізуючи майстерність Вінні, коли підкреслює, що його друг настільки хороший у цій справі, що “*he could go under a rug*” («він міг би зайти під килим»).

С. Райт використовує гіперболу не тільки для посилення гумористичного ефекту своїх жартів, а й для того, щоб підняти напругу і, таким чином, підтримати інтерес аудиторії до того, що буде далі. Цікавий приклад, у якому С. Райт переслідує цей намір, взятий із уривку про Рейчел: (5) “*It took me a year and a half to write that. (laughter) I didn't know how to word it. (Laughter, plays guitar) I don't know how to play this. (laughter) I'd like to play everything the Beatles ever recorded. (laughter) I won't do all of 'Hey Jude' (laughter). What are these strings for? (laughter)*” (Steven Wright, “I Still Have a Pony”). С. Райт хоче підвищити напругу, говорячи один за одним панчлайни, в яких він постійно перебільшує ситуацію.

Глядачі усвідомлюють, що йому не знадобилося півтора року, щоб це написати. Стратегія С. Райта в цьому уривку полягає в тому, щоб продовжувати перебільшувати, щоб зацікавити аудиторію піснею, яку він хоче зіграти. Перебільшуючи цю ситуацію, С. Райт підтримує інтерес глядачів до подальших історій.

Каламбур – це ще один прийом, неодноразово використовуваний у виступах стендап-коміків. Каламбур визначають як «поєднання слів на основі їх багатозначності або співзвучності» [54] та «жарт, побудований на грі слів, подібності звуків, що фактично зливає дві фрази з різним сенсом в одну двозначну фразу» [63]. З. Фрейд стверджував, що подвійне значення впливає з буквального і метафоричного значень слова і являє собою «одне з найбільш благодатних джерел для техніки жартів»[24]. Ці два значення в основному служать для посилення комічного ефекту ситуації.

Найкращий приклад каламбуру представлений в уривку, в якому Дж. Сайнфелд розповідає, що один із його друзів буде робити ринопластику наступного тижня: (6) *“A friend of mine is going in for a nose job ... next week. Guy. (laughter) Rhinoplasty, that’s what they call it. You’ve heard that term. Rhinoplasty. Rhino. (laughter) Is that necessary? (Weak laughter) The person, obviously, is aware there’s a problem. (laughter) They made the appointment. (laughter) Do we really need to compare them to a God-damn rhinoceros, (laughter) for Christ’s sake? When you go in for a hair transplant, they don’t say ‘we’re going to perform a cueball-ectomy [(laughter)] [on you, Mr. Johnson.]’ We feel that the chrome-domia has advanced to a point that we call skin-headia. (laughter) These are technical terms; you don’t really need to bother yourself with. (laughter)”* (Jerry Seinfeld, “I’m Telling You For the Last Time”).

Дж. Сайнфелд використовує термін “rhinoplasty” і починає «гратися» з частинами цього слова. Він хоче донести до глядачів, що він думає про “rhino” у значенні “rhinoceros”, повторюючи слово двічі. Комедіант перевершує цю алюзію, серйозно запитуючи: *“is that necessary? [...] the person, obviously, is aware there’s a problem. [...] they made an appointment.”* Він підкреслює каламбур

кожним наступним рядком, посилюючи його ефект, адже переносить абсурдність каламбуру на назву операції, штучно змінюючи значення терміну і руйнує очікування глядачів.

Стівен Райт також використовує стилістичний прийом гри слів, щоб посилити гумористичний ефект свого матеріалу. У наступному уривку С. Райт використовує каламбур, щоб створити ефективний гумористичний контекст. Одним із результатів використання цих засобів є зруйнування очікування аудиторії. Так у розповіді С. Райта про “The Stones” чуємо: (7) *“The Stones. I love the Stones. I can’t believe they are still doing it after all these years. I watch them whenever I can. Fred and Barney. (Laughter, applause)”* (Steven Wright, “I Have a Pony”). Коли С. Райт згадує “Stones”, ми припускаємо, що він говорить про “The Rolling Stones”. Навіть його зауваження *“I can’t believe they are still doing it after all these years. I watch them whenever I can”* не показує, що він думає про когось іншого, а лише змушує нас ще більше повірити, що він говорить про “The Rolling Stones”. Тож С. Райт «грає» як з мовою, так і з очікуваннями глядачів, відкладаючи ефект несподіванки до розкриття панчлайну, коли він каже: “Fred and Barney”. Піковий ефект комічного досягається через те, що комік шляхом каламбуру робить вигляд, ніби мав на увазі не “The Rolling Stones”, а скоріше “Flintstones” (не музичну групу, а дитячий мультсеріал).

Окрім руйнування очікувань аудиторії, С. Райт також використовує каламбур, щоб викликати непорозуміння і підкреслити власну нетямущість. Відмінний приклад можна знайти в уривку, у якому він розповідає, що хоче купити «плазму»: (8) *“I’m thinking of buying a plasma television in case I need a blood transfusion, that way I can mainline 150 channels right into my arm. (laughter) That way they can do my autopsy via satellite. (laughter) I have a CD burner: my fireplace (laughter)”* (Steven Wright, “I Have a Pony”). С. Райт починає свою коротку розповідь зазначаючи, що розглядає можливість «купити плазмовий телевізор на випадок, якщо [йому] знадобиться переливання крові». У той час як перша частина речення не показує жодного незвичного вмісту, С. Райт створює гумор у своєму наступному зауваженні, «граючи» на різних значеннях слова



«плазма» у якості плаского дисплею, з одного боку, і рідкого компоненту крові, з іншого. Він зазначає, що у нього є «записувач компакт-дисків» і водночас – «камін» (“*I have a CD burner: my fireplace*”). Каламбур застосовується до слова “burner” у його низько- та високотехнологічному значеннях, руйнуючи уявлення й очікування слухачів.

Аналіз попередніх прикладів показав, що стендап-коміки використовують каламбур, щоб слідувати різним намірам, які ведуть до підтримання інтересу й схвальної оцінки аудиторії. У деяких прикладах артисти «грають» зі словами, щоби здаватися нетямущими і висміяти себе, тоді як в інших прикладах – «грають» з очікуваннями глядачів і викликають розчарування.

Лексичний повтор вважається одним з найпоширеніших прийомів, які використовуються в процесі розповідання жартів. Його головна мета – визначити ритм виконання жартів [46]. Він слугує для драматизації ситуацій, для посилення ритмічного малюнка процесу розповіді жартів і викликає гумор через напругу.

Лексичний повтор – стилістична фігура, що складається з навмисно повторюваних автором елементів для посилення емоційного впливу тексту та його увиразнення [60]. Повтори традиційно поділяють: 1) залежно від точності відтворення мовних одиниць – на повні та часткові; 2) відповідно до функцій у мові – на композиційні (анафора, епіфора, паралелізм, хіазм тощо), номінативно-експресивні; 4) за місцем розташування повторюваних компонентів – на контактні, сумісні, дистантні [51, с.192]; 5) залежно від семантично-стилістичного призначення – на: а) ті, що вживають для виділення, підкреслення в тексті певного слова, для обігравання лексем або значень; б) такі, що передають семантику роздумів, сумнівів, вагань мовця; в) ті, які вживають для вираження інтенсивності вияву позначуваної ознаки, дії, почуття, великої кількості.

Якщо розглядати лексичний повтор за стилістико-структурним критерієм, то в цій площині у текстах аналізованих виступів можемо виокремити прості (повтор однієї смислової одиниці – слова) та складні (повтор словосполучення або речення) повтори.

Протягом виступу Дж. Сайнфелд регулярно працює з функцією повтору як засобом утримати увагу глядачів і їхнє розуміння його жартів. Ця повторювана структура посилює гумористичний ефект його жартів. У наведеному прикладі Дж. Сайнфелд використовує повтор у формі алітерації та анафори, щоб надати своєму жарту певний ритмічний малюнок: (9) *“tuna sandwich, 13 dollars, (laughter) that’s what we ... tuna’s very rare, here. (laughter) It’s all a tiny world in the airplane, isn’t it? There’s always that tiny table there, tiny computer, everyone’s in a little cramped seat, tiny food, tiny utensils, tiny liquor bottles, tiny bathroom, tiny sink, tiny mirror, tiny faucets. So, it’s a small problem, gonna be a slight delay, we’re gonna be a little late. (laughter)”* (Jerry Seinfeld, “I’m Telling You For the Last Time”)

Дж. Сайнфелд «грає» з повторенням звуку “t” протягом усього уривку. Він промовляє словосполучення з повторюваним словом “tiny” без пауз. Ця повторювана структура забезпечує ритмічний малюнок для його жарту і слугує для зосередження уваги та її акцентуванні на невеликому розмірі, підкреслюючи абсурдність і підвищуючи комічний ефект історії.

Стівен Райт використовує лексичне повторення у формі паралелізму: (10) *“Lots of my friends have babies, but I don’t have any babies, but I have lots of friends. Babies don’t have any friends. (weak laughter)”* (Steven Wright, “I Still Have a Pony”) Він розповідає цю історію з римою та з паралельною структурою і панчлайном виступає вираз *“Babies don’t have any friends”*. С. Райт використовує ту саму структуру для закінчення перших речень і останніх двох. Перші два речення закінчуються словом *“babies”*, а наступні два – словом *“friends”*. Окрім того, в кожному реченні використано дієслово *“have”*. Таке лексичне повторення спрощує сприйняття мовлення, адже жарти будуються на основних трьох словах *“have”*, *“friends”* і *“babies”*, відображаючи інфантильність й наївність сказаного.

У наступному прикладі відображено, як Стівен Райт використовує анафору як повторювану структуру на початку декількох речень: (11) *“Then I’m driving around and I’m thinking: ‘alright I’m still alive, now what am I gonna do’. (laughter) So, I figured I’d go down and rent a movie. So, I go out to the video store, and I can’t remember the title of the movie I want. So, I’m describing the movie to the guy. I say ...”*

(Steven Wright, "I Still Have a Pony"). Повтор особистого займенника першої особи однини "I" привертає увагу так само, як і паралельні структури речень. Вони починаються із слів "so", "and", "then", "now" і продовжуються особовим займенником "I". Такий лексичний повтор слугує для посилення напруги в ситуації та підвищення зацікавленості аудиторії в тому, що відбудеться далі, що провокує яскравішу реакцію на панчлайни.

Після аналізу текстів виступів двох стендап-коміків ми визначили, що повторення в стендап-комедії використовується для реалізації різноманітних намірів, таких як посилення зацікавленості аудиторії, підкреслення окремих ситуацій, надання промові ритмічного малюнку, заощадження часу для імітації імпровізації. Лексичний повтор дає комікам змогу установити зв'язок із аудиторією та виразити жарти.

### 2.2.2 Невербальні засоби для прояву комічного

Як і повсякденне спілкування, стендап-комедія не обходиться без невербальної комунікації. Вона є важливою складовою створення комічного й одним із аспектів мультимодальності стендап-комедії. Це дослідження не спрямоване на глибоке вивчення невербальних проявів у англомовних стендап-спешлах, адже ця тема потребує окремої роботи. Але для висвітлення різносторонності та мультимодальності жанру стендап-спешлу важливо звернути загальну увагу й на цей аспект.

Відомо, що невербальність реалізується через велику кількість проявів. Сюди належать міміка й жести, рухи тіла, просторові взаємодії, звукові ефекти, паузи в мовленні, темп та інтонація, використання реквізиту й навіть зовнішній вигляд, одяг артиста [3]. До прикладу, у своєму стендап-спешлі «Вибіркове обурення» ("*Selective outrage*") темношкірий американський стендап-комік Кріс Рок повністю одягнений і взутий у біле, що має певне значення, до розуміння якого кожен із глядачів може прийти індивідуально (додаток Г). У будь-якому разі, таке вбрання привертає увагу аудиторії, особливо на темній сцені із чорним

фоном і підлогою. Уся увага глядачів навіть не навмисно оптично буде прикута до яскравого виконавця на сцені.

Важливо зазначити, що не завжди стендап-коміки особливо помітно використовують всі ці засоби. Як наявність, так і відсутність жестів, помітних рухів тіла, реквізиту та інших засобів сприяють створенню додаткових значень, передачі настрою глядачам та реалізації комедійного ефекту.

Наприклад, уже раніше згаданий британський комік Джиммі Карр є досить стриманим у своїх рухах, жестах та міміці. Він не використовує реквізит і звукові ефекти. Його виступи можна назвати в міру жвавими, але не такими інтенсивними, як у також досліджуваного американського стендапера Джеррі Сайнфелда. І тим не менше, він також вдається до різних невербальних прийомів посилення комічного, зокрема – міміки, жестів і рухів тіла.

До прикладу, у своєму стендап-спешлі «Темні матерії» комік при обговоренні теми COVID-19 запитав у глядачів, чи не здається їм, що вони перебільшили небезпеку. Публіка схвально відповіла на питання Дж. Карра. Натомість його відповідь на це: *“A lot of survivors think so”* («Так вважають ті, хто вижив»). Під час цих слів комік упевнено і ніби розумінням дивиться на глядачів примруженими очима, схвально киваючи головою, а опісля репліки аудиторія відповідає сміхом (додаток Д). (12) *“Survivors think we overreacted, but I think if you could do a survey of the dead, they would say: ‘We could’ve done more.’”* («Живі вважають, що ми перебільшили. Але якби вдалося опитати мертвих, вони б сказали: “Можна було б більше зробити.”») (Jimmy Carr, “His dark material”). При цьому комік інтонаційно виділяє слово *“the dead”* («мертвих»), готуючи публіку до репліки від імені померлих, під час якої Джиммі відіграв гіпотетичну поведінку мертвих, склавши руки на грудях і заплющивши одне око (додаток Е). Такий оксюморон справляє неабияке враження на публіку, руйнуючи загальне уявлення про «поведінку» мертвих і тим самим – їхні очікування кінцівки жарту (панчлайн).

Важливими аспектами мультимодальності стендап-спешлу є інтонація та ритм мовлення коміка. Досліджувані стендап-коміки надають перевагу

використанню високої інтенсивності в мовленні, щоб вплинути на аудиторію і навантажити свої повідомлення відповідною іллокутивною силою [3]. Крім того, вони демонструють тенденцію до використання високої частоти, особливо під час здійснення експресивних мовленнєвих актів. Вони підвищують голос і використовують високий тональний рівень, щоб донести емоційне повідомлення.

Прикладом такої емоційної подачі матеріалу може бути стендап-спешл Кріса Рока «Вибіркове обурення» (*“Selective outrage”*). З перших же слів комік вітається з глядачами голосно, з високою інтенсивністю. Він чітко вимовляє кожен склад у кожному слові, буквально прокрикуючи своє вітання й вступ (передмову). Він робить акценти на певних словах, підкреслюючи їхню важливість у висловлюванні.

Наприклад, на самому початку виступу він робить «дисклеймер», попереджуючи аудиторію про наявність у спецлі обценної лексики та незручних для обговорення тем, обіцяючи намагатися не образити нікого своїми словами: (13) *“I’mma try to do a show tonight without offending nobody, okay? I’mma try my best. You know why? ‘Cause you never know who might get triggered. That’s right. You say the wrong thing ... mother\*ckers get scared. You gotta watch out. You know what people say. They always say, uh, ‘words hurt.’”* («Сьогодні я спробую виступити, нікого не образивши. Я дуже намагатимусь. Бо ніколи не знаєш, кого може зачепити. Скажеш щось не те, і вилупки злякаються. Мусиш пильнувати. Знаєте, як кажуть: “слова ранять”».) (Chris Rock, *“Selective outrage”*) Комік особливо виділяє голосом *“words hurt”*, пізніше повторюючи цю фразу, розтягуючи її, щоби цей вираз особливо врізався глядачам у пам’ять, а потім «обігрує» її в жарті. Це лише підтверджує той факт, що комедія твориться мультимодально, із застосуванням усіх можливих невербальних засобів.

У ході дослідження було виявлено, що стендап-коміки використовують високу частоту та високу інтенсивність, що пов’язано з контрастною функцією інтонації в усному мовленні. Репрезентативний мовленнєвий акт є найбільш домінуючою категорією, що використовується в анголомовних стендап-спешлах. Комік намагається щось розповісти про свій досвід або описати стан речей, а

також передати частину інформації аудиторії. Такий мовленнєвий акт підходить для розповіді про низку подій, щоб привернути увагу аудиторії та донести до неї жарт.

На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що взаємодія різних аспектів у стендап-спешлі свідчить про його мультимодальність. У цьому жанрі важливо враховувати тематичну відповідність між мовленнєвими та візуальними компонентами. Це означає, що візуальні елементи повинні підсилити або доповнити те, що висловлює комік у своєму виступі. Розуміння взаємодії аспектів візуального виразу з мовленнєвими компонентами у стендап-спешлі допомагає розкрити багатогранність цієї комедійної форми та сприяє тому, щоб коміки досягали більшого комічного ефекту завдяки мультимодальному підходу до виступу.

Було також встановлено, що основна мета використання образної мови у стендап-спешлах полягає в тому, щоб змусити глядачів уявити чи інтуїтивно відчувати те, що автор має на увазі під конкретним висловом. Застосування доцільного стилістичного засобу образної мови є важливим у комедійному дискурсі. Окрім цього, вивчення невербальних засобів комунікації (інтонації та ритму мовлення, зовнішнього оформлення сцени, рухів, жестів та міміки коміка) у стендап-спешлах є важливим для розуміння того, як коміки досягають гумористичного впливу на аудиторію через свій виконавський стиль. Аналіз цих аспектів допомагає розкрити, як коміки контролюють інтонацію та ритм мовлення для створення гумористичного контенту та взаємодії з глядачами.

Отже, стендап-комедія, яка використовує стилістичні прийоми для створення гумористичного ефекту, володіє великим набором засобів і способів вираження комічного, що вкотре підкреслює унікальність стендап-спешлу як піджанру завдяки його мультимодальності.

## РОЗДІЛ III

### ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ АСПЕКТИ АНГЛОМОВНОЇ СТЕНДАП-КОМЕДІЇ

#### 3.1 Стратегії перекладу англomовної стендап-комедії

Стендап-комедія набуває все більшого попиту серед українських глядачів, але саме англomовною стендап-комедією цікавиться набагато менше число шанувальників цього жанру. Така тенденція може бути спричинена недостатнім знанням англійської мови серед аудиторії, що й обмежує її поінформованість в англomовному середовищі й зумовлює відсутність цікавості до нього. Іншою причиною цього є мала кількість англomовних стендап-спешлів у відкритому доступі, а особливо з українським перекладом. На різних стрімінгових платформах, зокрема на “*Netflix*”, є велика кількість стендап-спешлів англійською мовою з українськими субтитрами, але жодних інших способів перекладу не було використано. На відміну від перекладу фільмів, переклад англomовних стендап-спешлів в українському просторі не перебуває на достатньому рівні, щоби забезпечити цьому жанру великої популярності серед аудиторії.

Скоріше за все, стендап-спешли англійською мовою переглядають ті, хто має певне знання англійської, а отже не має великої потреби в дубляжі. Тому субтитрування в цьому випадку є достатнім для сприйняття матеріалу. Та чи є це сприйняття повноцінним?

Для повноцінного сприйняття перекладеного матеріалу при перекладі мають бути враховані численні чинники. Перш за все, варто брати до уваги аспект мультимодальності стендап-спешлу як жанру. Так само, як і в кіноперекладі, перекладач стендап-спешлу враховує лінгвістичну і нелінгвістичну семіотичні системи, працюючи як із усним (мовлення коміків), так і з письмовим (написи, титри) текстом [5].

Серед лінгвістичних труднощів виокремлюються переклад власних назв, імен, діалектизми, okazіоналізми, засоби гумору, серед яких нам найчастіше

зустрічалися гра слів та гіпербола. Окрім цих лінгвокультурних особливостей є ще й лакуни в поняттях, невідомі цільовій аудиторії. Для перекладача є викликом здійснити переклад гумористичного тексту таким чином, щоби він справив таке саме враження на глядача. У цьому розділі розглядаються ефективні стратегії перекладу цих труднощів, розглядають різні способи перекладу, засоби адаптації гумору, а також представлено методичні рекомендації щодо впровадження знань про переклад англomовних стендап-спешлів у викладання дисципліни «Практика перекладу з англійської мови».

Переклад комедійних текстів є складним завданням, яке стикається з численними викликами та особливостями. Гумор є важливою складовою комедійних матеріалів і вимагає особливого підходу при перекладі, оскільки втрата гумористичного ефекту може серйозно вплинути на сприйняття та емоційну реакцію аудиторії. У сучасній науковій літературі існує ряд підходів та концепцій до перекладу комедійних текстів. Одним з ключових аспектів є розрізнення між лінгвістичним та культурним аспектами перекладу гумору.

У процесі роботи необхідно звертати увагу на культурний контекст, оскільки гумор має глибокі корені у культурі та соціальних нормах. Дослідники наголошують на важливості збереження культурних особливостей та ідіоматичних висловів, що формують комедійну ситуацію. Культурний аспект охоплює аналіз культурних конвенцій, норм та стереотипів, які впливають на сприйняття гумору [2].

Переклад комедійних текстів вимагає вміння використовувати лінгвістичні та стилістичні засоби для досягнення гумористичного ефекту. Такі елементи, як гри слів, іронія, сарказм, антитези та перекручення, мають бути враховані при перекладі для забезпечення схожого комедійного ефекту [2]. Лінгвістичний аспект включає вивчення граматичних, лексичних та стилістичних засобів, що використовуються для створення комедійного ефекту.

Гумор є важливою складовою комедійних текстів і виконує різноманітні функції, такі як розважання, сатира, карикатура, відображення соціальних проблем тощо. В перекладі комедійних текстів важливо зберегти комедійний



ефект та передати інтенцію автора, що може викликати складнощі через міжкультурні відмінності та неперекладність гумористичних елементів.

У процесі перекладу комедійних текстів використовуються різні стратегії для забезпечення передачі комедійного ефекту. До них належать адаптація, культурна заміна, перифраз, компенсація та інші [6]. Кожна стратегія має свої переваги та обмеження і вибір конкретної залежить від контексту, цілей перекладу та особливостей комедійного матеріалу.

Переклад комедійних текстів зустрічає ряд викликів, які пов'язані з міжкультурними відмінностями, неперекладністю гумористичних ігор слів, іронії [5]. Для подолання цих викликів перекладачі використовують креативність та винахідливість. Тут можуть залучатися різні стратегії, такі як збереження гумористичних елементів за допомогою парафразування, заміни гумористичних ігор слів еквівалентними прийомами в цільовій мові, або створення нових гумористичних елементів, що адаптуються до культурного контексту цільової аудиторії.

Для перекладу комедійних текстів на високому рівні, перекладачеві потрібне глибоке розуміння гумористичних конвенцій, культурних нюансів та особливостей комедійного жанру. Важливо зберегти комедійний ефект та передати інтенцію автора, забезпечуючи при цьому належну адаптацію до цільової культури. Використання відповідних стратегій перекладу, спираючись на наукові дослідження та рекомендації, може допомогти забезпечити якісний та ефективний переклад комедійних текстів.

### **3.1.1 Адаптація гумору**

Адаптація є однією з ключових стратегій перекладу як загалом комедійних текстів, так і конкретно стендап-виступів. Ця стратегія дозволяє змінювати чи пристосовувати гумористичні елементи для досягнення аналогічного ефекту у цільовій культурі. Адаптація це процес або стратегія, за допомогою якої перекладач змінює вихідний текст з метою його кращого відповідності культурним, мовним або соціальним особливостям цільової аудиторії [64].

Адаптація може включати зміну лексичного вибору, стилю, граматики, культурних аспектів та інших аспектів перекладу, щоб зробити текст більш зрозумілим, прийнятним та належним для цільового оточення [1].

Адаптація важлива для забезпечення сприйняття та розуміння тексту цільовою аудиторією, зважаючи на її культурний, соціальний та мовний контекст. Це підкреслює необхідність перекладача розуміти особливості обох культур та знаходити оптимальний баланс між вірністю вихідному тексту та зрозумілістю цільової аудиторії. [1]. Візьмемо до прикладу речення: (14) “*And it turns out, and this is true... I didn’t get sick at all*” (Dave Chappelle: The Closer (2021) | Transcript. Scraps from the loft.) («*I виявляється, кажу як на сповіді... що погано так і не стає*») (Watch Dave Chappelle: The Closer | Netflix – Official Website).

Тут перекладач використав адаптацію, замінивши фразу “*this is true*” на зрозуміле та вживане в українській культурі формулювання «*кажу як на сповіді*». Хоч перекладач і міг здійснити дослівний переклад, але вирішив підсилити конкретним прикладом, коли ж (згідно з баченням українців) звучить найщиріша правда. Це дозволяє зберегти комедійний ефект та зрозумілість для українських глядачів, додаючи певного смислового забарвлення.

Розглянемо ще декілька прикладів і проведемо аналіз і значення стратегії адаптації в конкретних випадках.

(15) *It is called Clifford, the Big Black N\*gga, anyone?*” (Dave Chappelle: The Closer (2021) | Transcript. Scraps from the loft.) («*А назва книги «Великий темношкірий хлоп на ім’я Кліффорд», є такі?»*»). (Watch Dave Chappelle: The Closer | Netflix – Official Website)

У цьому випадку використано адаптацію, де перекладач змінив непристойне слово “*N\*gga*” на «*темношкірий хлоп*», щоб забезпечити зрозумілість і культурну адекватність українському контексту.

(16) “*All the questions you might have had about all these jokes I’d said in the last few years I hope to answer tonight*” (Dave Chappelle: The Closer (2021) | Transcript. Scraps from the loft.) («*У вас, певно, є питання про всі жарти, які я*

гамселів останні декілька років. Я хочу відповісти на них сьогодні»). (Watch Dave Chapelle: The Closer | Netflix – Official Website)

Тут використано адаптацію, де перекладач змінив вираз “*jokes I’d said in the last few years*” на неформальне висловлювання «жарти, які я гамселів останні декілька років», щоб передати комедійний тон та зберегти сенс оригінального висловлювання.

(17) “*I said, ‘You is a b\*tch-ass n\*gga for doing this to me’*” (Dave Chappelle: The Closer (2021) | Transcript. Scraps from the loft.) («Кажу: «Якого біса ти, свиняче рило, це робиш?»»). (Watch Dave Chapelle: The Closer | Netflix – Official Website)

Цей уривок також використовує адаптацію, де перекладач змінив непристойний вираз “*a b\*tch-ass n\*gga*” на «свиняче рило», щоб передати комедійний тон і зберегти сенс оригінального висловлювання, підлаштувавши лайку під українську неформальну мову, в якій у сварливих виразах часто використовуються похідні від «свині» слова.

(18) “*And I said, ‘Shut up, b\*tch! Shut the f\*ck up!’*” (Dave Chappelle: The Closer (2021) | Transcript. Scraps from the loft.) («А я їй: «Стули пельку, шкано! Жодного слова більше!»»). (Watch Dave Chapelle: The Closer | Netflix – Official Website)

У цьому уривку використовується адаптація, де перекладач вкотре змінив непристойну лексику на більш прийнятний еквівалент. Наприклад, непристойне слово “*b\*tch*” було замінено на «шкано». У той же час вираз «стули пельку» є широко вживаним варіантом перекладу фрази “*shut the f\*ck up*”, що не викликає здивування у публіки і робить оригінальний вираз менш різким.

В аналізі прикладів було продемонстровано використання стратегії адаптації в конкретних ситуаціях. Заміна непристойних слів на більш прийнятні еквіваленти, використання українських фраз та висловлювань, які краще відповідають українській культурі, сприяє зрозумілості та ефективному сприйняттю гумористичного матеріалу.

Отже, адаптація є необхідною стратегією в перекладі стендап-виступів, оскільки вона допомагає забезпечити культурну адекватність та ефективну комунікацію з аудиторією. Ця стратегія передбачає гнучкий підхід до змін тексту з метою досягнення комедійного ефекту та збереження сенсу оригінального виступу.

### 3.1.2 Культурні еквіваленти

Ще однією часто вживаною стратегією перекладу стендап-спешлу “The Closer” Дейва Шапелла стала культурна заміна, тісно пов’язана з адаптацією в перекладі комедійних текстів з англійської мови на українську. У теорії перекладу, культурну заміну визначають як стратегію або процес, коли перекладач замінює елементи або вирази вихідного тексту, які мають глибокі культурні конотації, або які не мають еквівалентного виразу в цільовій мові або культурі [9]. Культурна заміна використовується, коли точний переклад стає неможливим через значення, відтінки або специфіку культурних вимог цільової мови.

Перекладачі, використовуючи стратегію культурної заміни, можуть замінювати слова, вирази або образи зі своєю культурою на ті, які краще відповідають культурному контексту цільової мови. Це може включати використання аналогічних образів або метафор, які більш зрозумілі або прийнятні для читачів цільової культури. Метою культурної заміни є забезпечення культурної відповідності та зрозумілості в перекладі, зберігаючи при цьому сутність та цілісність вихідного тексту.

Культурна заміна є важливим аспектом перекладу, особливо при роботі з текстами, що мають сильні культурні аспекти, такі як література, поезія або реклама [45]. Вона допомагає перекладачеві забезпечити взаєморозуміння та ефективну комунікацію між культурами, роблячи переклад доступним та прийнятним для цільової аудиторії. Розглянемо конкретні приклади культурної заміни у перекладі досліджуваного стендап-спешлу.

(19) “*And now, we’re right back to square one, aren’t we?*” (Dave Chappelle: The Closer (2021) | Transcript. Scraps from the loft.) («*I ось ми повертаємося до наших баранів, так?*»). (Watch Dave Chappelle: The Closer | Netflix – Official Website)

Перекладеною фразою зберігається основна ідея описуваної ситуації, але замінено вислів “*square one*” (початковий пункт) на українське виразове словосполучення «*наших баранів*». Це культурна, щоб передати аналогічну ситуацію або стереотип, який може бути відомий українським слухачам.

(20) “*No American should have to present a birth certificate to take a sh\*t at Walmart, in Greensboro, North Carolina where DaBaby shot and killed a mother\*cker.*” (Dave Chappelle: The Closer (2021) | Transcript. Scraps from the loft.) («*Жодний американець, у якого немає з собою свідоцтва, не зможе сходити за великим у Walmart, в Грінсборо, Північна Кароліна, де DaBaby застрелив якогось покидька на смерть.*») (Watch Dave Chappelle: The Closer | Netflix – Official Website)

У перекладі зберігається основна ідея, але використовується українська конструкція «*сходити за великим*» замість англійської фрази “*take a sh\*t*”, щоб передати ту саму ідею, але в більш адаптованій формі для українського глядача із застосуванням евфемізму, що є часто вживані в обговоренні такої теми в українській культурі.

(21) “*I respect that sh\*t, I’m not even gay and I want to be like a Stonewall n\*gga. Them old school, gangster gays.*” (Dave Chappelle: The Closer (2021) | Transcript. Scraps from the loft.) («*I я це поважаю, а я навіть не гей, але я хочу бути таким залізобетонним братиком. Таким сторим добрий геєм-бандюганом*»). (Watch Dave Chappelle: The Closer | Netflix – Official Website)

У цьому уривку використовується культурна заміна, де перекладач замінив непристойну лексику на більш прийнятний еквівалент. Наприклад, словосполучення “*a Stonewall n\*gga*” було замінено на «*залізобетонний братик*», що забезпечує комедійний тон і зрозумілість для української аудиторії.

Так само слово «бандюган» робить мову коміка ще більш неформальною, «вуличною», що передає відтінок, з яким розповідав історію комік.

(22) “*So whenever this motherf\*cker calls to get a reservation at a restaurant, oh, he gets the reservation*”(Dave Chappelle: The Closer (2021) | Transcript. Scraps from the loft.) («*I коли цей вітрогон дзвонить заказати столик у ресторані, йому вдається заказати цей клятий столик*»). (Watch Dave Chappelle: The Closer | Netflix – Official Website)

У цьому уривку використано культурну заміну, де перекладач замінив непристойне слово “*motherf\*cker*” на «вітрогон», що зберігає комедійний тон і висміювання, але робить сам вираз м’якшим і не таким категоричним.

(23) “*All these years, I thought it meant frumpy d\*ke*”(Dave Chappelle: The Closer (2021) | Transcript. Scraps from the loft.) («*Усе життя я вважав, що це погана вдягнена жінка, що схожа на чоловіка*»). (Watch Dave Chappelle: The Closer | Netflix – Official Website)

У цьому випадку використовується культурна заміна, де перекладач замінив непристойне слово “*d\*ke*” на «жінка, що схожа на чоловіка». Така заміна допомагає передати комедійний ефект і сенс оригінального висловлювання, але все одно зберегти оригінальну чіткість виразу майже неможливо, враховуючи той факт, що в українській мові не існує одного слова для «жінки, схожої на чоловіка». Тут перекладачеві доводиться використовувати переклад-пояснення, через що оригінальна різкість і забарвлення фрази дещо втрачаються.

(24) “*He said, ‘Careful, Dave, they after you.’ I said, ‘What?’ ‘One they, or many theys?’*”(Dave Chappelle: The Closer (2021) | Transcript. Scraps from the loft.) («*Він сказав: «Обережно, вони полюють на тебе». Я відповів: «Що-що?» «Хтось конкретно чи всі вони?»*») (Watch Dave Chappelle: The Closer | Netflix – Official Website)

У цьому випадку перекладач замінює використану англійську граматичну конструкцію зі словом “*they*” (вживане для невизначеного числа осіб) на більш зрозумілу українську конструкцію «хтось конкретно чи всі вони». Це

спрямовано на досягнення аналогічного ефекту гумору і непорозуміння, але з використанням властивих українській мові виразів. Концепцію із займенником “*they*” досить важко передати українською мовою, адже цей займенник використовується в англomовному світі особами, які не ідентифікують себе за статтю як жінка чи чоловік і обирають “*they*” як компромісний варіант. Саме через те, що в українській мові такі тенденції до змін займенників не спостерігаються, перекладачеві довелося замінювати і підлаштовувати цей уривок під українську аудиторію. Тому початковий сенс виразу було дещо втрачено.

У перекладі досліджуваного стендап-спешлу були використані різні приклади культурної заміни. Культурна заміна виявляється особливо важливою в перекладі текстів з сильними культурними аспектами, як-от комедійні тексти такого типу. Вона допомагає перекладачеві забезпечити взаєморозуміння та зрозумілість в перекладі, зберігаючи при цьому комедійний ефект.

### **3.1.3 Субтитрування та дубляж**

Загалом, стендап-спешли – це особлива форма аудіовізуального контенту, оскільки вони передають унікальну енергетику та гумор живого виступу, а також включають різноманітні аудіовізуальні елементи для надання більшої привабливості перегляду. Відповідно до особливості форми відтворення цього виду аудіо-візуального контенту, а також згідно з викликами перекладу гумористичних виступів, існують такі стратегії для перекладу стендап-спешлів, як субтитрування, дубляж, субтитрування з культурними примітками і аудіоопис. Розглянемо детальніше визначення й особливості кожної з цих стратегій перекладу.

Під перекладом-субтитруванням розуміється процес відображення тексту на екрані, зазвичай у нижній частині екрана, для перекладу діалогу з однієї мови на іншу або для надання письмової розшифровки вимовленого вмісту для глядачів із вадами слуху чи слуху (додаток Ж). Відповідно до бачення Йенсеми та Невеса, субтитрування можна визначити як «процес перетворення

аудіовізуального середовища в текстове шляхом створення, синхронізації та розміщення письмового перекладу вимовлених слів, який відображається на екрані одночасно з аудіо та зображення» [31, с.92].

Переклад-субтитрування зазвичай використовується в телевізійній та кіноіндустрії, щоб охопити ширшу аудиторію та полегшити спілкування через мовні бар'єри. Це також важливий інструмент доступності, що дозволяє людям з вадами слуху отримувати доступ до аудіовізуального вмісту. Додавання субтитрів цільовою мовою може бути ефективною стратегією для того, щоб зробити вміст доступним для тих, для кого мова не є рідною. Субтитри можуть допомогти глядачам, яким важко зрозуміти акцент чи сленг коміка, а також можуть надати додатковий рівень гумору для глядачів, які вільно володіють обома мовами.

Дубляж – це процес заміни оригінального звуку фільму, телешоу чи іншого аудіовізуального вмісту новою звуковою доріжкою іншою мовою чи діалектом. Нова аудіодоріжка включає в себе голос акторів, які виконують діалог на цільовій мові або діалекті.

Відповідно до тлумачення Педерсена, дубляж можна визначити як «постпродакшн-процес заміни оригінального діалогу аудіовізуального твору на щойно записаний або синтезований діалог, який відповідає хронометражу, синхронізації мовлення та емоційному змісту» [43, с.135].

Дубляж зазвичай використовується, щоб зробити іншомовний вміст більш доступним для аудиторії, яка не розуміє мову оригіналу. Він також використовується для дотримання законодавчих вимог щодо багатомовних ринків і для підвищення конкурентоспроможності аудіовізуального контенту в різних регіонах.

Дубляж голосу коміка цільовою мовою також може бути ефективною стратегією, особливо для аудиторії, яка, можливо, віддає перевагу слухати виступ своєю рідною мовою. Ця стратегія вимагає ретельної синхронізації для того, щоб перекладене аудіо збігалось з оригінальним виконанням.

Переклад-субтитрування з культурними примітками – це техніка субтитрування, яка передбачає додавання додаткової інформації, такої як



пояснення чи описи культурних посилань або ідіоматичних виразів, поряд із перекладеним діалогом у субтитрах. Згідно з баченням Гамбієра і Готтліба, субтитри з культурними примітками можна визначити як «надання контекстуальної інформації, такої як пояснення культурних посилань і фонових знань, у тексті субтитрів» [26, с.4].

Ця техніка субтитрування особливо важлива під час перекладу вмісту з однієї мови на іншу, яка має інші культурні норми та цінності, оскільки вона допомагає переконатися, що глядачі повністю розуміють зміст і значення сказаного. На практиці культурні примітки можуть бути представлені різними способами, як-от виноски або спливаючі вікна, які з'являються поруч із перекладеним діалогом. Використання культурних приміток у субтитрах може покращити загальну якість перекладу, покращити розуміння глядачем і оцінити вихідний матеріал, а також допомогти зберегти культурні нюанси та багатство оригінального вмісту.

Додавання культурних приміток або виносок до субтитрів також може бути ефективною стратегією, щоб допомогти глядачам зрозуміти згадки чи жарти, які можуть бути специфічними й наявними в культурі коміка, але відсутніми в цільовій культурі. Це може бути особливо корисним для міжнародної аудиторії, яка може бути не знайома з культурним контекстом виступу.

Аудіоопис – це стратегія доступного перекладу, яка забезпечує словесну розповідь про візуальні елементи аудіовізуального вмісту, наприклад телешоу, фільмів, театральних вистав чи стендап-спешлів. Розповідь призначена для надання інформації незрячим глядачам або глядачам із вадами зору, дозволяючи їм сформулювати уяву про сцени та персонажів, зображених на екрані. Згідно з висновками Фраєра і Фрімена [25, с.2], аудіоопис можна визначити як «розповідну звукову доріжку, додану до аудіовізуального вмісту, яка описує візуальні елементи, які не видно лише з аудіодоріжки, включаючи рухи персонажів, вираз обличчя та інші важливі візуальні деталі».

Аудіоопис зазвичай представляється як окрема звукова доріжка, синхронізована з аудіовізуальним вмістом. Він зазвичай використовується в

телевізійній та кіноіндустрії для покращення доступності та відповідності вимогам законодавства щодо доступності. Він також використовується в живих театральних виставах, до яких, певною мірою, можна віднести й стендап-спешли, для надання звукового опису візуальних елементів вистави.

Використання аудіоопису може значно покращити враження від перегляду для глядачів із вадами зору та допомогти їм насолоджуватися аудіовізуальним контентом нарівні зі зрячими.

Загалом, вибір стратегії аудіо-візуального перекладу для стендап-спешлів залежить від конкретних потреб і вподобань цільової аудиторії, а також від стилю та змісту виступу коміка. І тим не менше, найбільш поширеною стратегією перекладу англійських стендап-спешлів є переклад-субтитрування. У цій статті використано термін «переклад-субтитрування», адже субтитрування поділяється на інтралінгвальне, інтерлінгвальне та білінгвальне [21].

Білінгвальне субтитрування застосовується у тих місцевостях, де спілкуються двома мовами. Наприклад, у Бельгії субтитрування здійснюється одночасно французькою і фламандською мовами, щоби задовольнити потреби населення Валлонії, Західної і Східної Фландрії [21]. Такий вид субтитрування також часто застосовується під час міжнародних кінофестивалів, враховуючи різне походження їхніх учасників.

Інтралінгвальне субтитрування – перенесення усного повідомлення у письмову форму однієї й тієї ж мови, а тому не вважається перекладом. Воно здійснюється для полегшення сприйняття повідомлення особами з порушеннями слуху, для навчальних цілей, для ефекту караоке, для полегшення глядачами сприйняття сказаного носіями діалекту певної мови, а також для приміток і оголошень [21].

Інтерлінгвальне субтитрування – один із багатьох видів перекладу. Його ще називають діагональним перекладом, адже така передача повідомлення включає перехід з однієї мови на іншу, а також зміну способу передачі повідомлення (з усного на письмовий) [30]. Саме такий вид перекладу й зустрічається найчастіше в українському перекладі англійських стендап-спешлів, хоча загалом на

території України аудіо-візуальний контент (зокрема, кінофільми різноманітних жанрів) перекладається переважно дубляжем. На нашу думку, при обиранні між цими двома способами перекладу стендап-спешлів варто надати перевагу саме перекладу-субтитруванню (інтерлінгвальному субтитруванню). Підтвердження цьому вбачаємо в декількох причинах:

1) збереження оригінального гумору: стендап-комедія значною мірою покладається на подачу, синхронізацію і інтонацію виконавця, що може бути важко відтворити в дубляжі. За допомогою перекладу-субтитруванню зберігається оригінальне виконання, і глядачі можуть повною мірою оцінити гумор, задуманий виконавцем.

2) Збереження культурного контексту: стендап-комедія часто посилається на конкретні культурні явища, гру слів і жарти, які нелегко перекласти іншою мовою [1]. Завдяки перекладу-субтитруванню зберігається мова оригіналу, і аудиторія може краще зрозуміти культурні посилання та жарти. У своєму стендап-спешлі *“Sticks & Stones”* Дейв Шапелл розповідає жарт про Майкла Джексона та звинувачення в сексуальному насильстві проти нього. Жарт базується на посиланні на «епоху Маколея Калкіна» в житті Майкла Джексона: (25) *“You know why I don’t believe it? Because if Michael Jackson’s out here doing all this molesting, then – then why not Macaulay Culkin? Hmm? Macaulay Culkin stated in an interview that Michael Jackson never did anything inappropriate with him or even around him”* (Dave Chappelle, *“Sticks & Stones”*). Читаючи цей уривок можемо зробити висновок, що він містить специфічні культурні посилання, які можуть бути зрозумілі не всім глядачам. Жарт також згадує Р. Келлі, іншу суперечливу фігуру в музичній індустрії, і його власні звинувачення в сексуальних домаганнях: (26) *“This guy, R. Kelly, got another sex tape out now. Can you believe that sh\*t? This guy makes more sex tapes than he does music.”* (Dave Chappelle, *“Sticks & Stones”*). Жарт спрацьовує, оскільки він покладається на розуміння аудиторією як історії Майкла Джексона, так і культурного значення Р. Келлі.

У своєму спешлі “*Equanimity & The Bird Revelation*” Шапелл жартує про історію Сполучених Штатів і ставлення до афроамериканців. У жарті згадано історичних діячів, таких як Мартін Лютер Кінг і Малкольм Ікс, а також рух за громадянські права, і покладається на знання аудиторії про цю історію. Жарт спрацьовує, тому що він вкорінений у специфічний культурний контекст, знайомий багатьом глядачам.

3) Економічна ефективність: дубляж – це коштовний процес, який вимагає найму акторів озвучування та витрачання часу на синхронізацію вимови і налаштування звуку. Переклад-субтитрування, з іншого боку, є більш рентабельним рішенням, яке можна зробити швидко та ефективно [4].

4) Доступність: субтитри доступніші для ширшої аудиторії, включаючи тих, хто має проблеми зі слухом, не є носіями мови або просто надає перевагу читанню, а не слуханню. Маючи переклад-субтитрування, стендап-спешли можуть охопити ширшу аудиторію та збільшити кількість глядачів, що є надзвичайно важливим для такого ще не вселюдно поширеного жанру аудіо-візуального контенту в Україні.

Загалом, субтитри дозволяють більш автентично та культурно точно відобразити зміст стендап-спешлів, а також є більш економічно ефективними та доступними для ширшої аудиторії.

У ході дослідження завдяки методу порівняння і спостереження було виокремлено рекомендації для перекладу англійського стендапу-спешлу субтитруванням на українську.

1. Перекладач повинен зберігати гумористичну інтонацію та комедійний ефект оригінального матеріалу [30]. Використання виразів, аналогій та образів може допомогти передати комедійну суть в українському перекладі.

2. Слід враховувати культурні особливості цільової аудиторії. Культурні референси та вирази, що можуть бути незрозумілі для українських глядачів, слід адаптувати або пояснювати. Важливо знайти аналогічність в українській культурі або використати прийнятний еквівалент, щоб зрозумілість і комедійність залишалися на тому ж рівні, що і в оригіналі.

3. Важливо передати особистий стиль та голос виконавця. Український переклад повинен відображати спосіб висловлювання, енергію та особистісність коміка, щоб глядачі мали аналогічний досвід і враження від перегляду.

4. Якщо оригінальний матеріал містить обценну лексику, непристойні слова, перекладач повинен замінити їх на більш прийнятний еквівалент, що збереже комедійний ефект, але буде менш образливим для української аудиторії, не порушить культурні норми та етику української мови [44].

5. Перекладачеві слід зберігати творчий підхід у процесі роботи. Переклад стендапу є творчим процесом, і перекладач може використовувати творчий підхід для передачі комедійного ефекту [44]. Знання культури, гумору та мовних особливостей допоможуть знайти найкращі способи відтворення гумору в українському перекладі. Фахівцю слід бути гнучким при перекладі гумористичних висловів та ідіом, уникати буквального перекладу. Часто такий переклад втрачає комедійний ефект, стає незрозумілим українській аудиторії. Тому й варто використовувати аналогії, культурні відповідники або перекладати ідею історії з урахуванням українського контексту.

6. Що стосується технічної складової, то тут слід упевнитися, що субтитри легко читаються та розміщені таким чином, щоб глядачі могли зручно сприймати як оригінальний матеріал, так і його переклад [30]. Варто використовувати короткі речення та прості слова, щоби зробити переклад зрозумілим для глядачів. Необхідно враховувати часові обмеження та кількість символів для відтворення тексту на екрані.

7. Після завершення перекладу варто провести редагування та коректуру субтитрів. Слід переконатися, що вони логічні, зрозумілі та відповідають комедійному стилю оригіналу. На цьому етапі необхідно виправити будь-які граматичні або стилістичні помилки для поліпшення якості перекладу.

8. Перед представленням готового перекладу, перекладач проводить тестування субтитрів на малій групі глядачів. Він отримує їхні відгуки та коментарі щодо якості перекладу та комедійного ефекту. Це допомагає виявити можливі недоліки та вдосконалити переклад.

Загалом, переклад англомовного стендапу-спешлу на українську мову субтитруванням вимагає комбінації точності, творчості та збереження комедійного ефекту. Важливо забезпечити, щоб українські глядачі отримали такий же досвід і враження від перегляду, як і англомовна аудиторія.

### **3.2 Обґрунтування перспектив та способів імплементації тематики в навчальний процес**

В англомовному просторі стендап-комедія є дуже поширеним жанром популярної культури, вона репрезентує устрій суспільства, його настрої, погляди, рівень розвитку, проблеми й зацікавлення. У стендап-спешлах висміюються недоліки і вади спільнот, обговорюються суспільно важливі теми в гумористичному сатиричному, іронічному чи саркастичному руслі. Тому так важливо студентам філології (особливо тим, хто вивчає англістику та/або американістику) не тільки переглядати стендап-спешли для вивчення мови і культури англомовних країн, а ще й вивчати мовні й позамовні особливості цього жанру та виконувати різногалузеві дослідження. Попит породжує пропозицію, а отже збільшення зацікавленості англомовною стендап-комедією буде спричиняти створення більшої кількості й різновиду перекладів англомовних стендап-спешлів і, зокрема, матеріалу для дослідження.

Найбільш доцільним вбачаємо вивчення й дослідження стендап-комедії загалом та стендап-спешлів як форми виразу цього гумористичного жанру під час вивчення дисципліни практики перекладу з англійської мови для студентів спеціальності «Філологія». Поки що існує не так багато різновидів перекладу англомовних стендап-спешлів, а та більшість, яка нам зустрічалася, представляє переклад-субтитрування. Отже, студенти мають змогу досліджувати саме цей вид перекладу.

Перш за все, рекомендуємо під час вивчення практики перекладу здійснювати розбір стендап-спешлів англійською мовою. Майбутнім перекладачам важливо вміти розуміти гумор іноземною мовою, яку вони вивчають і з якої та на яку вони перекладають. Це сприяє розвитку почуття мови,

розуміння контекстів, окрім покращення загальної обізнаності. Особливу увагу варто звертати саме на методи і засоби створення комічного, а в подальшому – на стратегії перекладу гумористичних прийомів. Таким чином студенти вчаться порівнювати, як гумор розкривається в англійській мові та як може відтворювати українською, яка різниця між мовними засобами в обох мовах для створення комічного ефекту й емоційно рівноцінної до оригіналу передачі сенсів та впливу на глядачів. Такий підхід дозволить майбутнім перекладачам краще розуміти особливості перекладу гумору, труднощі цього процесу.

Важливими такі заняття є ще і з точки зору адаптивності та творчості перекладача. Окремо варто досліджувати й практикувати адаптацію та локалізацію гумористичних текстів та виступів. Іноді прямий переклад не виражає той самий сенс чи ефект, який є в оригіналі, тому перекладач повинен бути гнучким і творчим. Для студентів необхідно проводити вправи для роботи над адаптацією гумористичних моментів для українськомовної аудиторії. Зокрема, необхідно приділити особливу увагу грі слів, яка в англійській мові базується зокрема і на омонімії, а саме омографах, омофонах та омоформах [42]. В українській мові не існує такого різноманіття омонімії через особливості звуковідтворювання на письмі, у той час як англійська мова багата на такі засоби, а отже – має міцне підґрунтя для створення жартів на основі гри слів. Передати такі жарти з огляду на віддаленість мов зі збереженням тієї самої лаконічності, емоційного забарвлення видається майже неможливим. І саме ця проблема є складною, але важливою для розгляду і вивчення студентами-перекладачами під час дослідження передачі комічного засобами української мови.

До практичних завдань також варто додавати переклад фрагментів стендап-спешлів англійською мовою, як у письмовому варіанті, для створення субтитрів, так і в усному (дубляжі). Таким чином студенти опануватимуть основи кіно-перекладу, вчитимуться підбирати такі способи і методи перекладу, щоби переклад відповідав довжині реплік руху губами артистів. Такий вид перекладу складніший за переклад-субтитрування, але необхідний для розвитку перекладу жанру стендап-спешлів в українській популярній культурі. Неодмінно важливо

також давати студентам на переклад однакові уривки з виступів для здійснення аналізу перекладів та обговорення ефективності передачі гумору.

Щодо мультимодальності, важливо розглядати не лише вербальний аспект стендап-комедії, але й невербальні елементи, такі як міміка, жести, темп та інші фактори. Візуальне та аудіальне сприйняття може бути ключовим для передачі гумору та його адаптації при перекладі. Залучення цих аспектів у навчальний процес може сприяти кращому розумінню та відтворенню гумористичного контексту в перекладі. З огляду на розвиток засобів перекладу із вбудованим штучним інтелектом важливо давати можливість студентам розвиватися в тих галузях, де людські знання будуть незамінними, не дивлячись на активний розвиток інформаційних технологій.

Для високоякісного перекладу комедійних текстів важливо мати глибоке розуміння гумористичних конвенцій, культурних нюансів та особливостей комедійного жанру. Збереження комедійного ефекту та передача інтенції автора вимагають належної адаптації до цільової культури. Використання відповідних стратегій перекладу, опираючись на наукові дослідження та рекомендації, може сприяти якісному та ефективному перекладу комедійних текстів.

Підводячи підсумок цього розділу, можна стверджувати, що адаптація є ключовою стратегією перекладу як для комедійних текстів загалом, так і для конкретних стендап-виступів. Ця стратегія дозволяє змінювати чи пристосовувати гумористичні елементи для досягнення аналогічного ефекту у цільовій культурі. Культурна заміна, визначена як заміна елементів або виразів вихідного тексту з сильними культурними конотаціями або без еквіваленту в цільовій мові, є важливою стратегією, коли точний переклад стає неможливим через значення, відтінки або специфіку культурних вимог цільової мови.

Стендап-спешли – це особлива форма аудіовізуального контенту, яка передає унікальну енергетику та гумор живого виступу, використовуючи різноманітні аудіовізуальні елементи для збільшення привабливості перегляду. З урахуванням особливостей відтворення цього виду контенту та викликів перекладу гумористичних виступів існують такі стратегії перекладу, як



субтитрування, дубляж, субтитрування з культурними примітками та аудіоопис. Найпоширенішою, а можливо і єдиною стратегією перекладу англomовних стендап-спешлів на українську мову на офіційних стрімінгових платформах є переклад-субтитрування.

Варто також вказати на важливість вивчення та дослідження стендап-комедії, зокрема стендап-спешлів, для студентів філології, які вивчають англійську мову та літературу. Такий аспект вивчення сприяє розвитку почуття мови, розумінню гумору, а також покращує лінгвокультурну обізнаність. Студентам рекомендується проводити аналіз гумористичних елементів, досліджувати мовні й позамовні особливості стендап-комедії та вчитися стратегіям перекладу гумористичних прийомів. Зокрема, особливу увагу слід приділяти адаптації та локалізації гумору, а також вивченню мультимодальних аспектів цього жанру. Подальше використання таких знань може сприяти підвищенню зацікавленості в англomовній стендап-комедії та збільшенню кількості перекладів для української аудиторії.

## ВИСНОВКИ

У ході дослідження було виявлено прояви мультимодальності в англomовному стендап-спешлі як піджанрі стендап-комедії, розглянуто лексико-стилістичні особливості словесного гумору в стендап-комедії англomовного дискурсу, а також мультимодальні засоби створення комічного. Емпіричним матеріалом для аналізу та порівняння послуговували стендап-спешли та текстові записи виступів стендап-коміків Джеррі Сайнфелда, Стівена Райта, Джиммі Карра та Кріса Рока, які використовують різні комедійні ефекти, мовні та культурні особливості, щоб створити комедійний стиль, який привертає увагу аудиторії та стає запам'ятовуваним. Було проведено аналіз з метою виокремлення основних мультимодальних прийомів вираження комічного. Головна увага була приділена таким стилістичним засобам, як гіпербола, лексичний повтор та каламбур, невербальним засобам створення комічного, меті їхнього застосування, впливу на реалізацію жартів.

Нами була охарактеризована історію розвитку та становлення жанру стендап-комедії в англomовному дискурсі, зокрема – у США та Великобританії. Було опрацьовано та систематизовано інформацію про термінологію стендап-комедії, що має широке застосування в колі стендап-коміків, глядачів та дослідників цього жанру. Досліджено, що до найбільш використовуваних прийомів належать такі засоби образної мови, як метафора, гіпербола, лексичний повтор, каламбур, іронія, перифраз, антитеза, оксиморон, зевгма й порівняння. Образна мова відіграє велику роль для створення влучних, переконливих текстів стендап-комедії. Її головна мета – змусити читачів уявити чи інтуїтивно відчувати, що автор має на увазі під виразом чи висловом. Застосування правильного стилістичного засобу образної мови є необхідним в комедійному дискурсі.

Переклад комедійних текстів, зокрема стендап-спешлів, вимагає спеціального підходу та використання стратегій перекладу, щоб забезпечити збереження гумору та комедійного ефекту в цільовій культурі. Аналіз мовних особливостей та комедійних ефектів у творчості англomовних стендап-коміків

допомагає зрозуміти комедійний стиль артистів та використати ці знання при перекладі.

Підготовка перекладу англомовного стендап-спешлу на українську мову субтитруванням включає кілька кроків, включаючи аналіз комедійного матеріалу, визначення цільової аудиторії, використання відповідних стратегій перекладу, збереження комедійного ефекту та проведення тестування на малій групі глядачів. Загалом, успішний переклад комедійних текстів вимагає розуміння гумористичних конвенцій, культурних нюансів та особливостей комедійного жанру, а також вміння застосовувати відповідні стратегії перекладу для збереження комедійного ефекту. Правильне втілення цих принципів допомагає забезпечити якісний та ефективний переклад комедійних текстів, що задовольняє аудиторію та передає їм комедійний досвід.

Було виявлено, що в стендап-спешлах англомовних стендап-коміків найчастіше вживаються адаптація, культурна заміна та компенсація як стратегії перекладу текстів комедійного змісту. Ці стратегії перекладу комедійних текстів відіграють важну роль у збереженні комедійного ефекту та пристосуванні комедійних текстів до цільової аудиторії. Проаналізовані фрагменти зі стендап-спешлу Дейва Шапелла підтверджують використання цих стратегій для забезпечення комедійності, сприйняття та культурної відповідності в перекладі. Правильний вибір та використання відповідних стратегій допомагають зберегти гумор і комедійний ефект у перекладі комедійних текстів.

У процесі дослідження також було встановлено, що переклад англомовного стендап-спешлу на українську мову через субтитрування вимагає поєднання точності, творчості та збереження комедійного ефекту. Головна мета полягає у тому, щоб українські глядачі отримали аналогічний досвід і враження від перегляду, як і англомовна аудиторія.

Подальші дослідження у сфері аудіо-візуального перекладу англомовних комедійних жанрів є перспективними з декількох причин. По-перше, вивчення та розробка нових стратегій та підходів до перекладу комедійних жартів та ситуацій

допоможуть зберегти комедійний ефект та зрозумілість гумору для аудиторії цільової культури.

По-друге, аудіо-візуальний переклад комедійних жанрів, зокрема стендапу, стає все більш популярним завдяки широкому доступу до відео-контенту та платформ для стрімінгу. Перекладачі та лінгвісти, які спеціалізуються на аудіо-візуальному перекладі, мають можливість розширити свої навички та застосувати їх у цій специфічній галузі.

По-третє, аудіо-візуальний переклад комедійних жанрів має великий потенціал для міжкультурного обміну та розуміння. Переклад комедійних виступів дозволяє аудиторії цільової культури насолоджуватись гумором та комедійним контентом з різних країн, сприяючи культурному обміну та розширенню світогляду.

На основі цього дослідження можна зробити висновок, що стендап-комедія є сучасним впливовим гумористичним жанром, а стендап-спешл як її піджанр має мультимодальну структуру, особливості побудови жартів, їхнього відтворення. Жанр стендап-комедії характеризується високим рівнем образності в мовленні, виступи стендап-коміків наповнені як мовними (стилістичними), так і позамовними (невербальними) прийомами створення комічного ефекту. Подальші дослідження перекладу стендап-комедії та стендап-спешлів сприятимуть збільшенню зацікавленості цим жанром комедії, його популяризації та збільшенню кількості якісних перекладів різного типу для полегшеного сприйняття українськими глядачами продуктів англomовної популярної культури.

Я, Люта Аліна, своїм підписом засвідчую, що моя кваліфікаційна робота «Мультимодальність стендап-спешлу: філологічні та перекладацькі аспекти» виконана з додержанням усіх вимог до наукової етики та поваги до інтелектуальних надбань, самостійно та індивідуально. Під час написання роботи я додержувалася принципів академічної доброчесності та несу відповідальність за порушення загальноприйнятих правил цитування.

Підпис \_\_\_\_\_

## PE3IOME (SUMMARY)

The master's thesis focuses on identifying manifestations of multimodality in English-language stand-up speeches, a subgenre of stand-up comedy. It examines the lexical and stylistic features of verbal humour in English-language stand-up comedy, alongside multimodal means of creating a comic effect. The empirical material comprises stand-up speeches and text recordings of comedians Jerry Seinfeld, Steven Wright, Jimmy Carr, and Chris Rock, who employ various comedic effects, linguistic and cultural features to craft a memorable comedic style, attracting the audience's attention.

The study found that stand-up comedy is a performance format where a comedian performs in front of a live audience with humorous material that includes short stories, anecdotes, comments, and reflections on various topics. The main feature of stand-up comedy is that the comedian directly interacts with the audience, communicating with them, responding to their reactions, and creating comic situations on the spot.

The study identified stand-up special as a form of stand-up comedy, a genre that engages audiences with its lively nature, personal approach of the comedian and cultural context. It has become a part of the modern comedy culture and continues to develop, attracting the attention of viewers from all over the world. This genre has a number of features that distinguish it from other comedy genres. These include the individual style of the artist, interactivity, authenticity, and humour as a means of social communication. Each comedian has their own unique style of performance that reflects their personality and the way they perceive humour. This may include different genres of humour, storytelling methods and performance elements.

A key aspect of the study was the concept of multimodality. Multimodality is a widely used term in the modern academic environment. This concept encompasses the use of different linguistic, visual, and audio means to create a complex perception of information. It goes beyond a single mode of expression and includes a variety of communication media. Multimodality is becoming the object of attention of scholars

from various fields, which indicates its importance in understanding and analysing various phenomena, including the genre features of stand-up comedy. In linguistics, multimodality refers to the way information is expressed and perceived through different linguistic and non-linguistic elements that interact to convey meaning. In linguistics, multimodality is defined as the way information is expressed and perceived through different linguistic and non-linguistic elements. This concept extends the traditional areas of study that focus on speech and writing to include various aspects of visual and auditory perception. The study of multimodality is carried out in various linguistic traditions and methodologies, and its importance is manifested in discourse analysis, conversation analysis and other linguistic approaches. In today's digital age, where communication depends on different channels of information, multimodality is becoming key to better understanding and learning a language.

The study proved that interaction is the main reason for the multimodality of stand-up special as a subgenre of stand-up comedy. In stand-up specials, the interaction of speech and visual components is critical to achieving maximum comic effect. The comedian uses speech to explain jokes and create a humorous context, and visual components help to express and emphasise this context. One of the key aspects of visual expression in stand-up is the comedian's facial expressions and gestures. The use of gestures can emphasise the humorous effect of a joke, make it more understandable to the audience and create an additional layer of expressiveness. Given the above, we can conclude that the diversity of interaction in stand-up special proves its multimodality. In stand-up special, it is important to take into account the thematic correspondence between speech and visual components. This means that visual elements should reinforce or complement what the comedian says. Understanding the interaction of visual expression with speech components in stand-up helps to reveal the versatility of this comedy form and helps comedians achieve greater comic effect through a multimodal approach to performance.

The analysis aims to identify key multimodal techniques for expressing humour, with special attention given to stylistic means such as hyperbole, lexical repetition, puns, and non-verbal elements contributing to comedic effects. The study delves into

the history and formation of the stand-up comedy genre in English-language discourse, particularly in the USA and the UK. It processes and systematizes information on stand-up comedy terminology widely used by comedians, spectators, and researchers.

The thesis reveals that figurative language, including metaphor, hyperbole, lexical repetition, pun, irony, periphrasis, antithesis, oxymoron, zeugma, and simile, plays a crucial role in creating accurate and convincing stand-up comedy texts. The correct use of stylistic means in figurative language is deemed essential in comedy discourse. The study identified that the main purpose of figurative language in stand-up specials is to make the audience imagine or intuit what the author means by an expression or phrase. Regardless of the tool, figurative language reinforces the idea and makes it more effective.

The intonation and rhythm of speech in stand-up comedy play a crucial role in creating a humorous effect among other means of non-verbal communication. Since this genre of comedy often involves live performance in front of an audience, intonation and rhythm of speech become key aspects of the comedian's interaction with the audience. The study of intonation includes analysing the tone, emphasis on certain words or phrases, as well as the use of pauses and changes in volume in speech. The rhythm of speech, in turn, determines the pace of the performance and changes in tempo to create comedic pauses or the effect of surprise.

Important aspects of multimodality in stand-up comedy are the intonation and rhythm of the comedian's speech. The study found that stand-up comedians use high frequency and high intensity, which is associated with the contrasting function of intonation in oral speech. The studied stand-up comedians prefer to use high intensity in their speech in order to influence the audience and load their messages with appropriate illocutionary power.

When researching the lexical features of stand-up comedians' performances, it was found that they use hyperbole to enhance the humorous effect of funny stories not only through content but also through performance techniques. This technique helps comedians make sure that the majority of the audience understands the jokes. In addition, stand-up comedians use puns to follow different intentions that lead to

maintaining the audience's interest and approval. In some examples, performers "play" with words to make themselves appear ignorant and ridicule themselves, while in other examples, they "play" with the audience's expectations and cause disappointment. In stand-up comedy, lexical repetition is used to achieve a variety of intentions, such as increasing audience interest, emphasising certain situations, giving the speech a rhythmic pattern, and saving time to imitate improvisation. Vocabulary repetition allows comedians to connect with the audience and emphasise jokes.

Concerning translation, the study emphasizes the importance of a specialized approach, employing translation strategies to preserve humour and comedic effects in the target culture. Analysis of linguistic features and comedic effects in English-speaking stand-up comedians' work aids in understanding comedic styles and informs translation practices.

Among the linguistic difficulties were the translation of proper names, dialectisms, occasionalisms, and humour, among which we most often encountered wordplay and hyperbole. In addition to these linguistic and cultural peculiarities, there are also gaps in concepts unknown to the target audience. It is a challenge for a translator to translate a humorous text in such a way that it would make the same impression on the viewer.

In the process of translating comedy texts, various strategies are used to ensure that the comedic effect is conveyed. These include adaptation, cultural substitution, periphrasis, compensation, and others. Each strategy has its own advantages and limitations, and the choice of a particular one depends on the context, the purpose of the translation and the specifics of the comedy material.

The translation of comedy texts faces a number of challenges related to intercultural differences, untranslatability of humorous wordplay, irony and language play. To overcome these challenges, translators use creativity and ingenuity. This can involve various strategies, such as preserving humorous elements by paraphrasing, replacing humorous wordplay with equivalent techniques in the target language, or creating new humorous elements that adapt to the cultural context of the target audience.



To translate comedy texts at a high level, a translator needs a deep understanding of humorous conventions, cultural nuances and peculiarities of the comedy genre. It is important to preserve the comedic effect and convey the author's intention, while ensuring proper adaptation to the target culture. The use of appropriate translation strategies, based on scientific research and guidelines, can help ensure high-quality and effective translation of comedy texts.

The investigation shows that adaptation, cultural substitution, and compensation are the most commonly used strategies in translating comedy texts. These strategies play a pivotal role in preserving comedic effects and adapting texts for the target audience. Adaptation is one of the key strategies for translating both comedy texts in general and stand-up performances in particular. Adaptation is important to ensure that the text is perceived and understood by the target audience, taking into account its cultural, social and linguistic context.

The case studies demonstrated the use of adaptation strategies in specific situations. Replacing obscene words with more acceptable equivalents, using Ukrainian phrases and expressions that are better suited to Ukrainian culture, contributes to the comprehensibility and effective perception of humorous material.

Thus, adaptation is a necessary strategy in translating stand-up performances, as it helps to ensure cultural relevance and effective communication with the audience. This strategy implies a flexible approach to text changes in order to achieve a comedic effect and preserve the meaning of the original performance. Cultural substitution is especially important in the translation of texts with strong cultural aspects, such as comedy texts of this type. It helps the translator to ensure mutual understanding and comprehensibility in the translation, while maintaining the comedic effect.

The study concludes that translating an English-language stand-up routine into Ukrainian through subtitling requires a combination of accuracy, creativity, and preservation of the comedic effect, aiming to provide Ukrainian viewers with a similar experience as the English-speaking audience. Interlanguage subtitling is one of the many types of translation. It is also called diagonal translation because it involves switching from one language to another, as well as changing the way the message is

conveyed (from oral to written). This is the type of translation that is most common in the Ukrainian translation of English-language stand-up specials, although in general, audio-visual content (in particular, films of various genres) is translated in Ukraine mainly by dubbing.

Further research in the field of audio-visual translation of English-language comedy genres is promising, as it can contribute to the development of new strategies and approaches. The increasing popularity of audio-visual translation for comedy genres, including stand-up, provides an opportunity for translators and linguists to expand their skills in this specific field. Additionally, audio-visual translation of comedy genres fosters intercultural exchange and understanding, allowing audiences in the target culture to enjoy humour and comedy content from different countries, thereby promoting cultural exchange and broadening horizons.

Based on this study, it can be concluded that stand-up comedy is a modern influential humorous genre, and stand-up special as its subgenre has a multimodal structure, peculiarities of joke construction and their reproduction. The genre of stand-up comedy is characterised by a high level of imagery in speech; stand-up comedians' performances are filled with both linguistic (stylistic) and non-linguistic (non-verbal) techniques for creating a comic effect. Further research into the translation of stand-up comedy and stand-up specials will help to increase interest in this genre of comedy, popularise it and increase the number of high-quality translations of various types to facilitate the perception of English-language popular culture products by Ukrainian audiences.

**Key terms:** stand-up comedy, stand-up special, multimodality, irony, wordplay, lexical repetition, cultural context, modes, paraphrasing, untranslatability, ingenuity, linguistic difficulties, translation strategies, lexical features, intonation, rhythms, verbal means, nonverbal communication, figurative language, subtitling, interlingual subtitling, dubbing, subgenre, non-linguistic techniques, diagonal translation, comprehensibility, cultural substitution, adaptation, comedic effect, compensation, audio-visual translation, stylistic features.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Демецька В. В. Адаптація як поняття перекладознавства й культурології. «Вісник СумДУ. Серія Філологія», №1'2007. Том 2. URL: <https://tractatus.sumdu.edu.ua/Arhiv/2007-2/19.pdf> (дата звернення: 16.09.2023)
2. Кагановська О. М. Відтворення комічного у художньому перекладі. Науковий блог Національний університет «Острозька академія». 2014. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2014/vidtvorennya-komichnoho-u-hudozhnomu-perekladiavtorskyh-kazok/> (дата звернення: 26.07.2023)
3. Пилипчук Т. В., Лященко О. А. Невербальні засоби створення комічного ефекту в англomовній стендап-комедії. Science and Education a New Dimension. Philology, IX(74), Issue: 251, 2021 Apr. URL: <https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2021-251IX74-12> (дата звернення: 19.08.2023)
4. Радецька С. В. Каліщак Т. Т. Субтитрування як вид аудіовізуального перекладу: переваги та недоліки. Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Філологічні науки. 2016. Кн. 2. 81–84 с. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzfn\\_2016\\_2\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzfn_2016_2_17) (дата звернення: 23.10.2023)
5. Сіроштан Т. О. Прокопенко А. В. Труднощі перекладу англomовного кінематографічного тексту. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Том 31 (70) № 4 Ч. 3 2020. URL: <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.4-3/14> (дата звернення: 05.11.2023)
6. Хлудєєв А.В., Подвойська О. В. Адаптація та локалізація жартів англomовних комедій для українського глядача. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2019 № 43 том 5. URL: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2019.43.5.41> (дата звернення: 25.10.2023)
7. Allen S. How to be funny. Discovering the comic in you. 1998: Prometheus Books. 290 p.
8. Apte M. L. Humor and laughter: an anthropological approach. London: Cornell University Press. 1985. 320 p. URL: <https://nla.gov.au/nla.cat-vn2798445> (дата звернення: 17.09.2023)

9. Asmarani D., Hermawan D., Widyatya S. Cultural Substitution Translation Strategy on Japanese Comics: A Sustainable Research to Understand Indonesian Language Identity Shifting. URL: <https://www.scitepress.org/Papers/2018/100035/100035.pdf> (дата звернення: 18.10.2023)
10. Attardo S., Pickering L., Baker A. A. Prosodic and multimodal markers of humor in conversation. *Pragmatics and Cognition // Prosody and Humor*. – № 55. – Amsterdam: John Benjamins, 2011. – 37-60 p.
11. Attardo S., Pickering L. Timing in the performance of jokes // *HUMOR: International Journal of Humor Research*. – Vol. 24, Issue 2. – Berlin: Mouton de Gruyter, 2011. 233–250 p.
12. Baldry A., Thibault P.J. *Multimodal Transcription and Text Analysis*. Sheffield, UK: Equinox Publishing. 2006. URL: <https://iris.unime.it/handle/11570/1842138> (дата звернення: 19.10.2023)
13. Bateman J. A. *Multimodality and Genre: A Foundation for the Systematic Analysis of Multimodal Documents*. New York: Palgrave Macmillan, 2008. 331p.
14. Berger A. A. *An anatomy of humor*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers. 1993. 211 p.
15. Bezemer J., Jewitt C. *Multimodality: A guide for linguists* L. Litosseliti (ed), *Research Methods in Linguistics* (2<sup>nd</sup> edition). London: Continuum. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/227335935.pdf> (дата звернення: 15.10.2023)
16. Boardman F. The Strange Case of the Stand-Up Special *Israeli Journal for Humor Research*, August 2018, Vol. 7 Issue No. 1 URL: [https://www.israeli-humor-studies.org/media/3-the\\_strange\\_case\\_of\\_the\\_stand-up\\_special-f\\_broadman.pdf](https://www.israeli-humor-studies.org/media/3-the_strange_case_of_the_stand-up_special-f_broadman.pdf) (дата звернення: 23.09.2023)
17. Boardman F. What Is a Stand Up Special? “Aesthetic investigations”. Vol. 5 No. 1 (2021): Special Issue: Isn't All Art Performed? URL: <https://doi.org/10.58519/aesthinv.v5i1.11774> (дата звернення: 11.07.2023)

18. Brodie I. *A Vulgar Art: A New Approach to Stand-Up Comedy*, University Press of Mississippi, 2014. URL: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ub-bamberg/detail.action?docID=1821013> (дата звернення: 19.08.2023)
19. Colleary S. The Comic 'i'. In: *Performance and Identity in Irish Stand-Up Comedy*. Palgrave Macmillan, London, 2015. URL: [https://doi.org/10.1057/9781137343901\\_3](https://doi.org/10.1057/9781137343901_3) (дата звернення: 14.09.2023)
20. David G. Beyond Liveness: Experimentation in the Stand-Up Special. *Studies in American Humor* 1 April 2020; 6 (1): 44–61. URL: <https://doi.org/10.5325/studamerhumor.6.1.0044> (дата звернення: 18.10.2023)
21. Díaz C. J., Remael, A. *Audiovisual Translation: Subtitling* (1st ed.). Routledge. 2007. URL: <https://doi.org/10.4324/9781315759678> (дата звернення: 30.09.2023)
22. Double O. *Getting the joke. The inner workings of stand-up comedy*. London: Methuen, 2005. URL: <https://bit.ly/31nrPLW> (дата звернення: 19.07.2023)
23. Dressman M. *Multimodality and Language Learning*. URL: <https://doi.org/10.1002/9781119472384.ch3> (дата звернення: 04.11.2023)
24. Freud S., Strachey J. *Jokes and Their Relation to the Unconscious*. New York: Norton. URL: <https://bit.ly/3lsMSUI> (дата звернення: 16.07.2023)
25. Fryer L., & Freeman J. *Audio Description. The Routledge Handbook of Audiovisual Translation*. 2017. 1–16 p.
26. Gambier Y., Gottlieb H. *Subtitling. The Routledge Handbook of Translation and Culture*. 2021. 3–17 p.
27. Gan X. *A Study of the Humor Aspect of English Puns: Views from the Relevance Theory. Theory and Practice in Language Studies*. 2015. URL: <https://www.degruyter.com/database/IBZ/entry/ibz.92847/html?lang=en> (дата звернення: 30.08.2023)
28. *George Carlin: On Location with George Carlin (1977)*. The New York Times. Movies. URL: <https://web.archive.org/web/20121103182220/http://movies.nytimes.com/movie/62418/George-Carlin-On-Location-with-George->

[Carlin/overview?scp=3&sq=on%20location%20george%20carlin%20at%20usc&st=cse](#) (дата звернення: 25.07.2023)

29. Goldstein J. H., McGhee P. E., Smith J. R., Chapman A. J., Foot H.C. Humour, Laughter and Comedy: A Bibliography of Empirical and Nonempirical Analyses in the English Language, It's a Funny Thing, Humour, Pergamon, 1977. 469-504 p. URL: <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-021376-7.50100-5> (дата звернення: 29.07.2023)

30. Gottlieb H. Subtitling: Diagonal translation, Perspectives, 2:1. 101–121 p. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0907676X.1994.9961227> (дата звернення: 23.09.2023)

31. Jensema, C., Neves, J. Subtitling: Audiovisual translation in the age of digital media. The Routledge Handbook of Translation and Technology. 2017. 91–107 p.

32. Kane T. R., Suls J., Tedeschi J. T. Humour as a tool of social interaction. It's a funny thing, humour, ed. by Anthony J. Chapman; and Hugh C. Foot. Oxford: Pergamon Press. 13 –16 p.

33. Koestler A. The act of creation. London: Hutchinson & Co. 1969. URL: <http://erickimphotography.com/blog/wp-content/uploads/2017/04/The-Act-of-Creation-Arthur-Koestler.pdf> (дата звернення: 16.07.2023)

34. Kress G. Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication, 2010, 236 p.

35. Lee J. Y. Mark Twain as a Stand-up Comedian. The Mark Twain Annual, 4, 2006, 3–23. URL: <http://www.jstor.org/stable/41582220> (дата звернення: 12.07.2023)

36. Limon J., Pease D. E. Stand-up Comedy in Theory, or, Abjection in America, New York, USA: Duke University Press, 2000. URL: <https://doi.org/10.1515/9780822380504> (дата звернення: 19.07.2023)

37. Mintz L. E. 'Standup comedy as social and cultural mediation'. American Quarterly 37(1), 1985. 71-80 p.

38. Nash W. The Language of Humor. 1st ed. Taylor and Francis. 2014. URL: <https://www.perlego.com/book/1557082/the-language-of-humour-pdf> (дата звернення: 10.08.2023)

39. Nesteroff K. The comedians: drunks, thieves, scoundrels, and the history of American comedy. First edition. New York, Grove Press. 2015. URL: <https://books.google.com/books?hl=uk&lr=&id=5UlkCQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT12&dq=frank+fay+standup&ots=Qma6NM8cJm&sig=0gyWEmmF-BvHsRXD2iVnqVLxijc> (дата звернення: 22.07.2023)
40. Nilsen A., Nilsen D. Encyclopedia of 20th-Century American Humor. 2000. URL: [https://www.researchgate.net/publication/234717723\\_Encyclopedia\\_of\\_20th-Century\\_American\\_Humor](https://www.researchgate.net/publication/234717723_Encyclopedia_of_20th-Century_American_Humor) (дата звернення: 21.07.2023)
41. Palmieri G. "Oral self-translation of stand-up comedy and its (mental) text: a theoretical model" HUMOR, vol. 30, no. 2, 2017, pp. 193-210. URL: <https://doi.org/10.1515/humor-2016-0092> (дата звернення: 30.09.2023)
42. Partington A. S. A linguistic account of wordplay: The lexical grammar of punning, Journal of Pragmatics, Volume 41, Issue 9, 2009, 1794-1809 p. URL: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2008.09.025> (дата звернення: 15.08.2023)
43. Pedersen J. Dubbing. The Routledge handbook of audiovisual translation. 2011. 135–148 p.
44. Pedersen J. Subtitling norms for television: an exploration focussing on extralinguistic cultural references. vol. Benjamins translation library (John Benjamins Pub. Co, 2011). URL: [https://jvinfo.nu/LMEDIA/Advanced\\_Translation\\_on\\_Subtitling.pdf](https://jvinfo.nu/LMEDIA/Advanced_Translation_on_Subtitling.pdf) (дата звернення: 19.09.2023)
45. Pokasamrit P. An Analysis of Cultural Substitution in English to Thai Translation. Silpakorn University Journal of Social Sciences, Humanities, and Arts Vol.13 (1): 215-230, 2013. URL: <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/hasss/article/view/8733/7465> (дата звернення: 14.08.2023)
46. Raskin V. Semantic Mechanisms of Humor. 1985. URL: [https://www.researchgate.net/publication/273946710\\_Semantic\\_Mechanisms\\_of\\_Humor](https://www.researchgate.net/publication/273946710_Semantic_Mechanisms_of_Humor) (дата звернення: 19.07.2023)

47. Ross A. The language of humour. London: Routledge. 1998. URL: <https://www.perlego.com/book/1605862/the-language-of-humour-pdf> (дата звернення: 15.07.2023)
48. Rutter J. Stand-up as interaction: performance and audience in comedy venues. Salford: University of Salford dissertation. 1997. URL: [https://www.researchgate.net/publication/33774855\\_Stand-up\\_as\\_interaction\\_performance\\_and\\_audience\\_in\\_comedy\\_venues/citation/download](https://www.researchgate.net/publication/33774855_Stand-up_as_interaction_performance_and_audience_in_comedy_venues/citation/download) (дата звернення: 16.08.2023)
49. Suls J. M. A two-stage model for the appreciation of jokes and cartoons: an information-processing analysis. The psychology of humor, ed. by Jeffrey H. Goldstein; and Paul E. McGhee, 81-100. 1972. New York: Academic Press.
50. Welch K. E. Electric Rhetoric: Classical Rhetoric, Oralism, and a New Literacy. Cambridge, MA: MIT Press. 1999. 240 p.
51. Wilson C. P. Jokes. Form, content, use and function. London: Academic Press, 1979. 252 p.
52. Zoglin R. Hope: Entertainer of the Century. Simon and Schuster. 2014. URL: <https://books.google.com/books?hl=uk&lr=&id=-0jwCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Bob+Hope+stand-up&ots=yJekjZcKtC&sig=KUH4gOvbPk5GGswgNS2yJzD21K0> (дата звернення: 13.09.2023)
53. Zoglin R. Stand-up comedy. Encyclopedia Britannica. 2023. URL: <https://www.britannica.com/art/stand-up-comedy> (дата звернення: 16.07.2023)

### СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

54. Лексикон загального та порівняльного літературознавства. Чернівці: Золоті литаври / голова ред. А. Волков. 2001. 244 с. URL: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Volkov\\_Anatolii/Leksykon\\_zahalnoho\\_ta\\_porivnialnoho\\_literaturoznavstva.pdf?PHPSESSID=hrlf1i9r4k9904g209bc7dsr66](https://shron1.chtyvo.org.ua/Volkov_Anatolii/Leksykon_zahalnoho_ta_porivnialnoho_literaturoznavstva.pdf?PHPSESSID=hrlf1i9r4k9904g209bc7dsr66) (дата звернення: 16.10.2023)



55. Український мовно-інформаційний фонд НАН України. URL: <https://lcorp.ulif.org.ua/LSlist/> (дата звернення: 14.08.2023)
56. Collins Online Dictionary | Definitions, Thesaurus and... URL: <https://www.collinsdictionary.com/> (дата звернення: 29.08.2023)
57. Glossary of Linguistics. URL: [http://www.dilbilimi.net/terminology\\_P.htm](http://www.dilbilimi.net/terminology_P.htm) (дата звернення: 28.08.2023)
58. Glossary of linguistic terms. URL: <https://glossary.sil.org/> (дата звернення: 03.10.2023)
59. Lexikon der Stand-up-Begriffe. URL: <https://setup-punchline.de/stand-up-lexikon/> (дата звернення: 06.07.2023)
60. New Webster's Dictionary of the English Language. Danbury. URL: <https://www.worldcat.org/title/new-websters-dictionary-and-thesaurus-of-the-english-language/oclc/31012494> (дата звернення: 05.07.2023)
61. Oxford Learner's Dictionaries. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (дата звернення: 04.08.2023)
62. The ComedyVille. Different Styles of Stand-up Comedy URL: <https://www.comedyville.ca/styles-of-stand-up-comedy/> (дата звернення: 21.07.2023)
63. The free dictionary. URL: <https://www.thefreedictionary.com/> (дата звернення: 25.07.2023)
64. Translation Glossary of Terms. URL: <https://atlasls.com/translation-glossary-terms/> (дата звернення: 10.08.2023)

## СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дейв Шапелл: Та що ім'я? URL: <https://www.netflix.com/ua/title/81625055> (дата звернення: 12.10.2023)
2. Джиммі Карр: Темні матерії | Офіційний сайт. URL: <https://www.netflix.com/ua/title/81478151> (дата звернення: 08.10.2023)

3. Кріс Рок: Вибіркове обурення | Офіційний сайт. URL: <https://www.netflix.com/ua/title/80167499> (дата звернення: 29.09.2023)
4. Найкращі моменти стендапів 2022 | Офіційний сайт. URL: <https://www.netflix.com/ua/title/81640195> (дата звернення: 02.10.2023)
5. A Tribute to Steve. URL: <https://jaced.com/2005/10/19/a-tribute-to-steven-wright/> (дата звернення: 15.09.2023)
6. Chris Rock: Tamborine | Офіційний сайт. URL: <https://www.netflix.com/ua/title/80167498> (дата звернення: 04.10.2023)
7. Dave Chappelle: Sticks & Stones (2019) – Transcript. Scraps from the Loft. URL: <https://scrapsfromtheloft.com/comedy/dave-chappelle-sticks-stones-transcript/> (дата звернення: 12.09.2023)
8. Dave Chappelle: Sticks & Stones | Офіційний сайт. URL: <https://www.netflix.com/ua/title/81140577> (дата звернення: 13.09.2023)
9. Dave Chappelle: The Bird Revelation (2017) – Transcript. Scraps from the Loft. URL: <https://scrapsfromtheloft.com/comedy/dave-chappelle-the-bird-revelation-2017-full-transcript/> (дата звернення: 10.09.2023)
10. FreeLists. Wright on! URL: <https://www.freelists.org/post/lit-ideas/Wright-on,1> (дата звернення: 11.09.2023)
11. Jerry Seinfeld, I’m Telling You For The Last Time 1998”. URL: <https://youtu.be/J020Hmu7P-g> (дата звернення: 10.09.2023)
12. Jerry Seinfeld, I’m Telling You For The Last Time Full Show – Stand Up Comedy Central 2015”. URL: <https://youtu.be/HQGUHwBb4Bw> (дата звернення: 22.10.2023)
13. Jokes by Steven Wright. URL: <http://www.wright-house.com/steven-wright/steven-wright-Ef.html> (дата звернення: 21.10.2023)
14. Metro... News but not as you know. Jimmy Carr begins new Netflix special with trigger warning about rape jokes: ‘This show contains jokes about terrible things’ URL: <https://metro.co.uk/2021/12/22/jimmy-carr-begins-netflix-special-with-trigger-warning-about-rape-jokes-15812504/> (дата звернення: 03.11.2023)

15. Steven Wright – 7's and Museums. URL: <https://youtu.be/4SLW7Bi6Wvo> (дата звернення: 10.11.2023)
16. Steven Wright – Winny. URL: <https://youtu.be/VjbtqmAW0Ew> (дата звернення: 01.11.2023)
17. Steven Wright Introduction. URL: <https://youtu.be/ecoCyNo6jIc> (дата звернення: 30.10.2023)
18. Steven Wright Special (1985). URL: <https://youtu.be/UB8ZDrNb3B0> (дата звернення: 04.11.2023)
19. Watch Dave Chappelle: Equanimity & The Bird Revelation URL: <https://www.netflix.com/title/80230402> (дата звернення: 21.09.2023)
20. Watch Dave Chappelle: The Closer URL: <https://www.netflix.com/title/81228510> (дата звернення: 03.09.2023)

## ДОДАТКИ

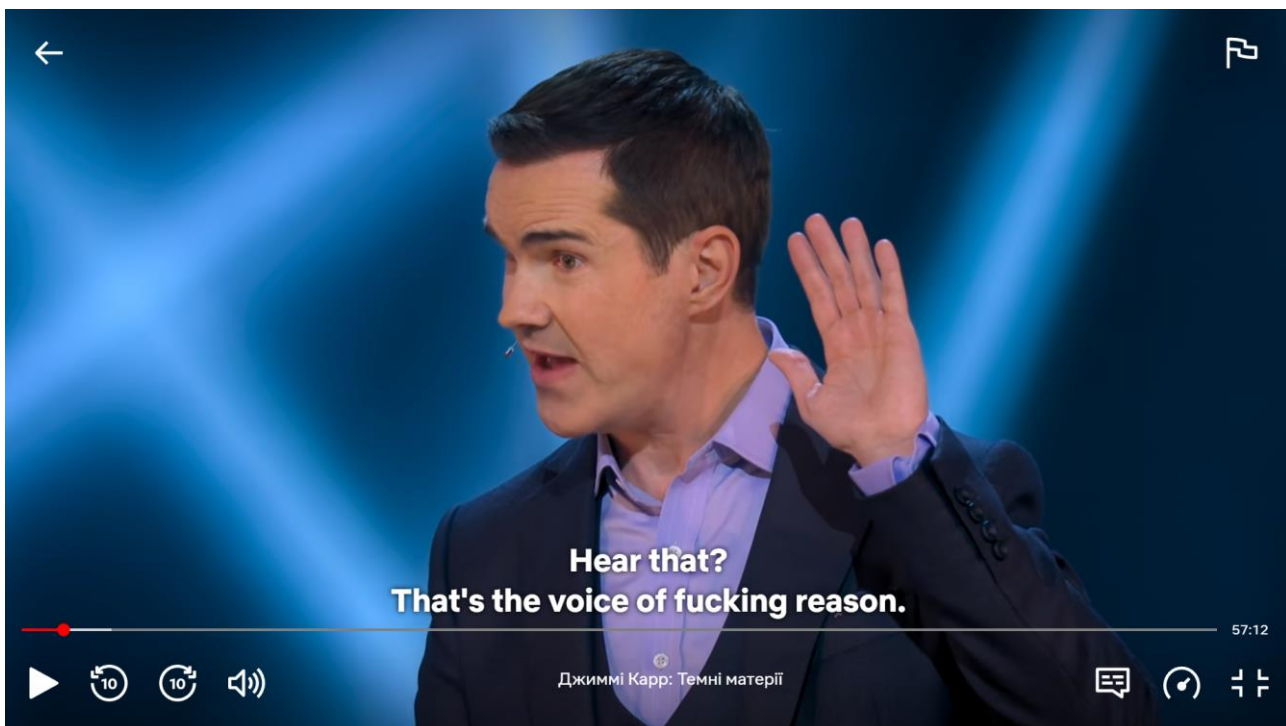
### Додаток А

#### Уривок із виступу Джеррі Сайнфелда “I’m Telling You For the Last Time”

“So what’s with the cab drivers and the B.O.? (laughter) How long are these shifts? (laughter) Do they ever stop, or do they just get in the cab and just drive ‘till they’re dead? (laughter) That’s what it’s starting to smell like in some of these cars. (laughter) You’re in the back there and you’re going ‘oh man’ and then they give you that ... they have that cherry stuff ... the cherry ‘pop-it’ on the dash, you know, so you get the cherry B.O., (laughter) which is supposed to be some sort of improvement I guess, I don’t know, I can’t imagine even ... fruit going that long without showering. (laughter) I guess he does this all the time. He’s got a license; I can see it right there. I don’t even know what it takes to get a cab driver’s license. I think all you need is a face. (laughter) This seems to be their big qualification. (laughter) ‘That’s the law now, no blank heads are allowed to drive cabs.’ It also helps to have a name with like, eight consonants in a row. (laughter and applause) What is that ‘o’ with the line through it? I don’t remember that letter in school. (laughter) You need a chart of the elements if you wanna report the guy. (laughter) ‘Yes officer, his name was Ammal, and then this symbol for boron. (laughter) I believe. I had the periodic chart with me at the time, (laughter) I’m quite certain it was not manganese.’

**Додаток Б**

*Приклад активної жестикуляції Джиммі Карра у стендап-спешлі «Темні матерії»*

**Додаток В**

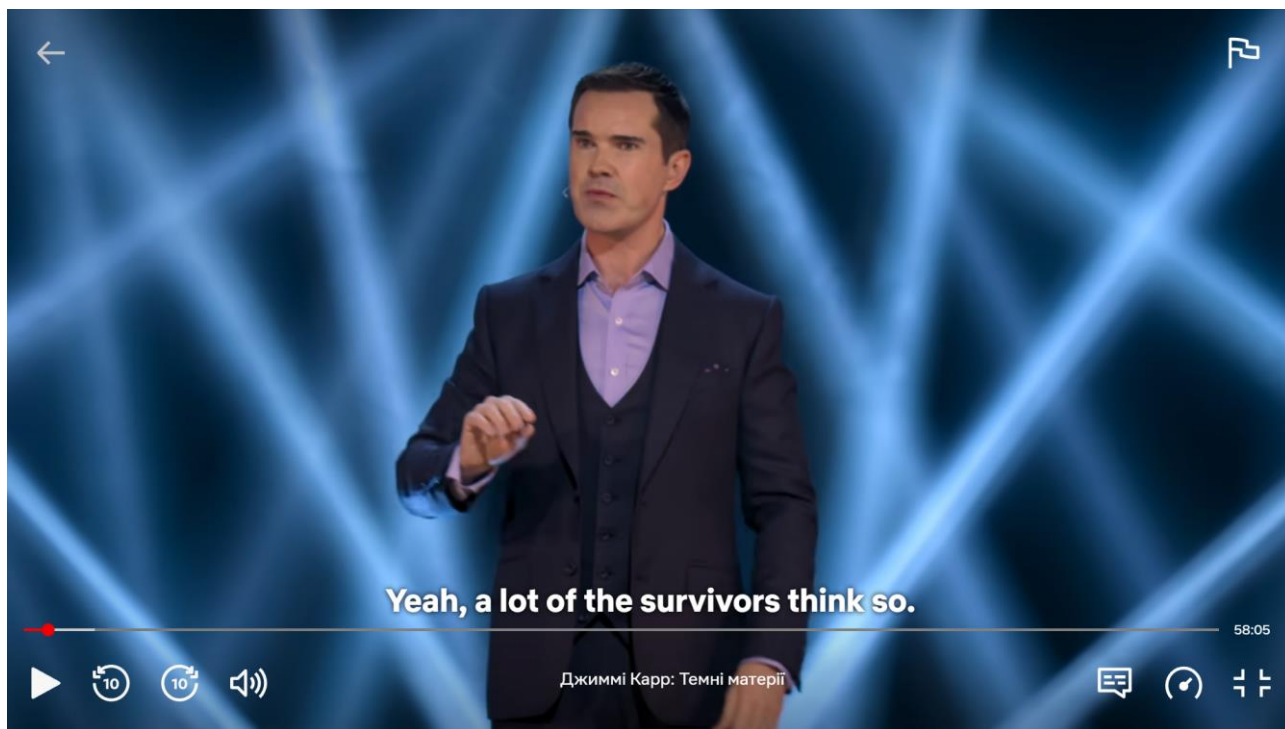
*Підняття рук під час жарту про COVID-19*

## Додаток Г



*Кріс Рок під час стендап-спешилу «Вибіркове обурення»*

## Додаток Д



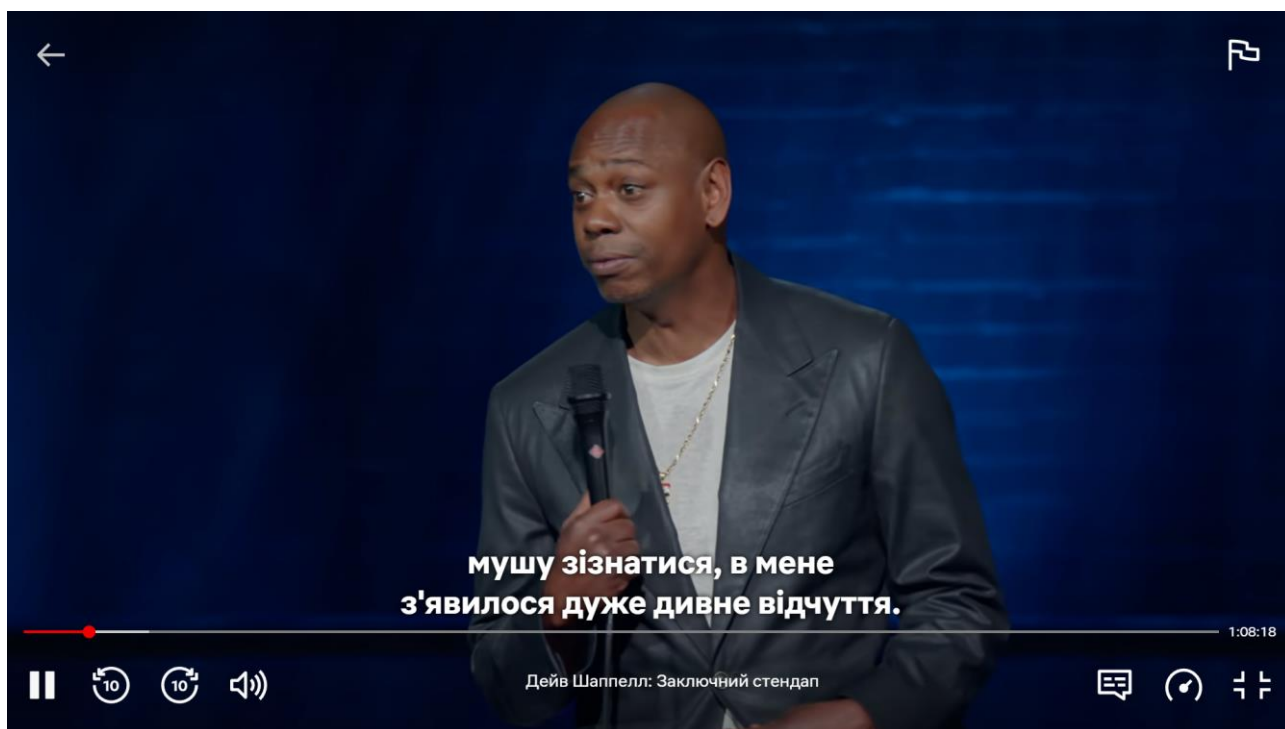
*Джиммі Карр під час стендап-спешилу «Темні матерії»*

## Додаток Е



*Джиммі Карр під час «відігрування» жарту про COVID-19*

## Додаток Ж



*Переклад-субтитрування стендап-спешилу Дейва Шапелла «Заключний стендап»*

Люта А. В. Мультиmodalність стендап-спешлу: філологічні та перекладацькі аспекти : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра : спец. 035 – філологія / наук. кер. І. В. Ущаровська. Суми : Сумський державний університет, 2023. 87 с.