

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет іноземної філології
Кафедра перекладознавства та прикладної лінгвістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА (ПРОЄКТ)

з теми:

**«ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ ГУМОРУ ПРИ
КІНОПЕРЕКЛАДІ (НА МАТЕРІАЛІ КОМЕДІЙНИХ
КІНОФІЛЬМІВ)»**

Виконала: студентка 431 групи
Спеціальності 035.04 Філологія
(германські мови та літератури
(переклад включно)(переклад))
Освітньо-професійної програми
«Філологія(германські мови та
літератури(переклад включно))»
Гречана Валерія Сергіївна
Керівник к. філол. н., доц. Цапів А.О.
Рецензент к. пед. н., доц. Гоштанар І.В.

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади дослідження особливостей відтворення гумору у кінотексті	
1.1 Кінотекст як об'єкт перекладу.....	6
1.2 Жанрова своєрідність комедії як кіножанру.....	15
1.3 Гумор як об'єкт перекладознавчих досліджень.....	18
РОЗДІЛ 2. Стратегії і тактики відтворення гумору у кіноперекладі	
2.1 Лінгвокультурологічна специфіка американського гумору.....	22
2.2 Способи відтворення сленгізмів та жаргонізмів.....	24
2.3 Ситуативний гумор: перекладознавчий аспект.....	29
2.4 Особливості перекладу кінокомедій.....	33
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	46

ВСТУП

Дослідження присвячено вивченню специфіки відтворення гумору у комедійному кінотексті. Питання та форми комічного дотепер залишаються в центрі уваги лінгвістичної науки. Із багатьох теорій комічного, які були запроваджені Аристотелем, Т. Гоббсом, І. Кантом, А. Шапенгауером, З. Фредом та ін., важливо також виділити теорії інконгруентності (J. Beattie, H. Bergson, I. Kant, A. Koestler, P. Keith-Spiegel). Особливо вагомий вклад у розвиток інтерпретації кінотексту зробив Ю. Найда.

Перш за все, комічне – це категорія естетики, що передбачає смішне. Але не все комічне є смішним. Область смішного превалює над областю комічного. Виокремлюють чотири основні форми комічного: гумор, іронія, сатира та сарказм. Основою будь-яких жартів постає культурна спадщина нації, через яку ґрунтується її специфічний гумор. Тут йдеться про відмінності в американському гуморі і українському. Феномен комічного ототожнюється з феноменом гумору.

За визначенням словника української мови: «гумор – це художній прийом у творах літератури або мистецтва, заснований на зображенні чого-небудь у комічному вигляді, а також твір літератури або мистецтва, що використовує цей прийом» [28].

Свою увагу ми зосередили на стратегіях і тактиках відтворення гумору у кіноперекладах з англійської мови українською. Гумор є однією з найрозповсюджених проблем при перекладі через те, що навіть бездоганне володіння іноземною мовою не завжди дозволяє перекладачеві зрозуміло і кумедно виконати переклад.

Жарт постає інструментом гумору. Всі форми комічного, зокрема жартівливе проявляються в конкретних формах, які є екстралінгвістичними за своїм характером. Тобто, вони проявляються через особливості національного характеру, національних традицій та

соціального устрою. Жартівлива лексика характеризується відносно вузьким охопленням екстралінгвістичних реалій.

На сьогодні перегляд кінофільмів, особливо кінокомедій, є дуже популярним. Переклад комічного займає важливе місце у перекладознавстві. Через те, що гумор реалізується в кіноперекладі, багато дослідників приділяють свою увагу вивченню цієї проблеми. Тим самим, наявність комічного є дуже важливою у кіноперекладі.

Кінокомедія – це найвідоміший жанр в кінематографі, хоча для кожної окремо взятої культури даний жанр має свою специфічність.

Поняття «кінотекст» належить до царини вивчення як лінгвістики загалом, так і перекладознавства зокрема. Юрій Лотман витлумачує поняття у такий спосіб: «Кінотекст – це твір художньої літератури зі специфічними ознаками, пов'язаними з втіленням словесного тексту в звукоглядацькому вигляді на екрані. Кінотекст легко вербалізується» [18].

Одна з основних відмінностей кінотексту від звичайного тексту – це те, що текст має тільки візуальне сприйняття, а кінотекст, окрім візуального сприйняття, містить ще й аудіоряд. Тому при аудіовізуальному перекладі визначальною рисою є синхронізація усіх компонентів.

Слід зазначити, що метою аудіовізуального перекладання постає збереження того самого перлокутивного ефекту для цільової аудиторії, який оригінальний кінотекст має на реципієнта.

У кінотексті комічне реалізується на вербальному та аудіовізуальному рівнях. Особливо важливим при аудіовізуальному перекладанні є відтворення комічних контекстів на вербальному рівні із урахуванням візуального та аудіального ряду.

Актуальність проведеного дослідження визначається загальною тенденцією сучасних перекладознавчих студій до виявлення стратегій і тактик відтворення комічних контекстів із збереження їх

лінгвокультурної специфіки з ВМ на МП (вихідної мови на мову перекладу); актуальним також постає матеріал дослідження, а саме кінотекст, у якому комічні контексти реалізуються на вербальному та аудіовізуальному рівні (текст, звук, зображення).

Метою нашого дослідження є виявити та схарактеризувати основні стратегії і тактики перекладу різних типів гумору (комічних контекстів, гри слів, відтворення комічного у аудіовізуальному тексті) у комедійних фільмах американської лінгвокультури.

Відповідно до мети нами було визначено такі завдання:

- 1) надати визначення гумору та його видів (комізму, іронії) з позиції лінгвістики та перекладознавства;
- 2) окреслити жанрову специфіку комедійних фільмів;
- 3) виявити основні стратегії і тактики, які застосовує перекладач для відтворення комічних контекстів у комедійних фільмах;
- 4) визначити та схарактеризувати магістральні види перекладу аудіовізуальної продукції;
- 5) виявити та схарактеризувати найбільш адекватні способи перекладу комедійних контекстів (мовленнєвих актів, окремих випадків гри слів), що дозволяють відтворити комічність і зберегти при цьому лінгвокультурну специфіку.

Об'єктом дослідження постають мовленнєві акти, у яких наявний комічний контекст на лінгвістичному, лінгвоситуативному, лінгвокультурному та аудіовізуальному рівнях.

Предмет вивчення становлять способи відтворення комічних контекстів з англійської мови українською.

Матеріалом дослідження слугують 3 сучасні американські кінокомедії «Шпигунка», «Півтора шпигуна», «Босс».

Методологічною основою нашого дослідження є комплексний перекладознавчий, системний та лінгвостилістичний підхід, основоположеннями якого є теорія інконгруентності.

Інконгруентність – контраст між сприйняттям тексту оригіналу культурною мовою оригіналу і сприйняттям тексту перекладу культурною мовою перекладу, тим самим підкреслюючи, що причиною інконгруентності є різниця у прийнятті тих самих явищ навколишньої дійсності представниками різних народів [30].

Щоб виокремити композиційно – мовленнєві прийоми утворення комічного ми використовували методи спостереження та лінгвістичного опису. Також, задля досягнення розуміння формування стилістичних прийомів, був використаний компонентний аналіз та контекстологічний - для виявлення засобів реалізації комічного;

Також, ми можемо виділити, що інконгруентність зустрічається на всіх рівнях комедійного кінотексту, тобто актуалізується на рівні макро – і мікротексту.

Апробація результатів дослідження. Результати наукового дослідження висвітлено в одноосібній публікації («Особливості відтворення гумору у кінофільмах») матеріалів XI Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції «Іноземні мови у сучасному комунікативному просторі» (Херсон, ХНТУ, 2020).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВІДТВОРЕННЯ ГУМОРУ У КІНОТЕКСТІ

1.1 Кінотекст як об'єкт перекладу

У теоретичне дослідження кіно, як особливого виду повідомлення, великий внесок зробив Ю.М. Лотман. Він розглядав кінотвори, як ряд складних повідомлень, трансльованих глядачу автором фільму і які складаються з кіноодиниць, тобто знаків, за допомогою яких вибудовується кіномова [18].

Майже одночасно з кінематографією з'являється потреба у кіноперекладі та його теоретичному поясненні.

Потреба кіноперекладу обумовлена розповсюдженням кінопродукції однієї країни до інших [14].

Як відомо, основи кіноперекладу закладені в працях Ю.Найди [22]. Науковець зазначав, що «при правильному підході до перекладу необхідно враховувати динамічний фактор відповідної реакції одержувачів інформації., Ю.Найда провів розмежування між формальною еквівалентністю та динамічною еквівалентністю.

Тому, за Ю. Найда: «На оригінал націлена формальна еквівалентність, а саме на форму і на зміст повідомлення, щоб повідомлення мовою перекладу якомога ближче відповідало різним елементам мови джерела» [22, с.202].

У той час як динамічна еквівалентність за Ю. Найда «базується на принципі еквівалентного ефекту», тобто прагне надати рівний вплив на одержувача переказу, тому орієнтується на його реакцію [22, с.202].

Динамічна еквівалентність використовується, коли перекладач намагається передати текст зберігаючи при цьому як зміст ВТ (вихідного тексту), так і його вплив на цільову культуру.

Також у розробку теорії кіноперекладу вагомий внесок зробили К.Райс та Х.Фермеєра, що розробили теорію скопоса. З грецької термінології термін *skopos* (скопос) означає «мета». Згідно Х. Фермеєру, «під скопосом розуміється постановка мети/мета перекладу». Вибір стратегій і конкретних способів перекладу залежить від певного скопоса. Мошкович наголошував, що «досягти поставленої мети (функції) перекладу важливіше, ніж зробити переклад будь-яким певним способом» [21, с.203].

Ю. М. Лотман був одним з видатних вчених, що досліджували проблему кінофільму з семіотичної точки зору. Він вважав, що кінофільм одночасно характеризується своєю дискретністю, тобто він складається зі знаків. Крім того, кінофільм є безперервний, тим самим означає, що смисл окреслює текст в цілому. Основними компонентами кінофільму постають саме невербальні та вербальні положення, в той час, як кінотекст розглядає мову та деякі елементи мовлення(інтонація, паузи тощо).

Окрім власне тексту, кінофільм має такі компонентами як декорації, акторська гри, музичні супроводи тощо. Тоді як кінотекст складається з лінгвістичних і нелінгвістичних семіотичних систем.

Лінгвістична система кінотексту поділяється на: письмову (титри та надписи) та усну (мовлення акторів, закадровий текст, пісні тощо). У такий же спосіб звукова частина(музика та шум) і відеоряд(образи, рухи тощо) постають до нелінгвістичної системи. У зв'язку з першою характеристикою Ю. Лотман виділяв наступні компоненти кінотекста: кадр та кінофраза. Кадр розглядається, як основне поняття кінотексту.

Англійський вчений Єндрю Вассиліу дотримується схожого підходу до кінотексту. Автор порівнює кінематографічну структуру з

синтаксичною будовою: фільм підрозділяється на сцени, епізоди і кадри, які в сукупності трансформуються в цілісний текст. Переходи ж між сценами і епізодами в рамках граматики фільму вчений пропонує розглядати як аналогічну лінгвістичної пунктуацію [40].

Слишкін Г. Г. і Єфремова М. А. в своєму лінгвокультурологічному дослідженні, пов'язаному з кінематографом, також оперують поняттям «кінотекст» і також ототожнюють його з подятием кінофільму. На їхню думку, кінотекстом можна назвати постановчий фільм, що представляє: «зв'язкове, цілісне, завершене повідомлення, виражене за допомогою вербальних(лінгвістичних) і невербальних(іконічних і/або індексальних) знаків, організоване відповідно до задуму колективного функціонально диференційованого автора за допомогою кінематографічних кодів, зафіксоване на матеріальному носії і призначене для відтворення на екрані і аудіовізуального сприйняття кіноглядачами» [29, с.37]. Як випливає з усього вищесказаного, ряд вчених розглядає кінофільм як кінотекст. Також слід зазначити, що кінотекст відноситься до всього кінофільму і включає в себе всі його складові. Тоді як кінодіалог, відноситься до словесної частини фільму.

Польським лінгвістом Дайнел був введений термін кінодискурс. Дайнел зазначав, що: «Кінодискурс – особливий вид дискурсу з властивими лише йому характерними рисами, який належить до найактуальніших понять не тільки кіномистецтва, але насамперед лінгвістики та перекладознавства» [10, с.42].

Поняття кінодискурсу передбачає розширення предмету лінгвістики кінотексту, адже постається як сукупність лінгвальних та екстралінгвальних факторів.

На думку Казаковой: «Екстралінгвальні фактори виходять на перше місце при визначенні сутності кінодискурсу і є визначальними по відношенню до лінгвальних. До екстралінгвальних відносяться не лише

фактори комунікативної ситуації, але й фактори культурно-ідеологічного середовища, в якому відбувається комунікація» [11].

Тож можемо зробити висновок, що ширшим поняттям виступає саме кінодискурс, який включає в себе як кінотекст, так і кінофільм, його інтерпретацію зі сторони глядача і закладений авторами зміст.

Важливим терміном у кіноперекладі вважається скрипт, оскільки він відтворюється у письмовій формі реалізації кінофільму, його вербальною фіксацією. Скрипт не є самодостатнім, але вважається ключовим поняттям у кінотексті.

Мовленнєвий акт постає визначною функціональною одиницею в аналізі кінокомедійного перекладу. Крім того, саме в рамках кінотексту поняття мовленнєвого акту виступає ширшим елементом за кінодіалог чи полілог. Мовленнєвий акт набуває додаткових аудіовізуальних семіотичних характеристик та розглядається крізь призму перекладознавства, тим самим визначає наявність вербальних та іконічних знаків.

Конкульовський зазначав, що: «Ключові мовленнєві акти в кінокомедіях – це повороти сюжетної лінії, сюжетоформувальні цілісні мікроситуації, які мають свій початок і своє логічне завершення, певний хронотоп» [35].

Мовленнєвий акт не представляє собою окремих кадрів. Тому що у межах кінофільму він складається з декількох кадрів в аспекті комунікативно – мовленнєвої мікроситуації.

Рамки мовленнєвого акту окреслюються певним чітким набором персонажів, сталою мікротемою і шаблонним хронотопом [35].

Неадекватно транскодуючи сюжетоформувальні мовленнєві акти, перекладача може очікує комунікативний дисонанс, тому що з'являються розбіжності у сприйнятті реципієнтами цільової лінгвокультурної ситуації, гумористичного ефекту та авторського

комунікативного наміру. При перекладі мовна еквівалентність може бути впущена.

Конкульовський стверджував, що «при синхронізації фільмів, у перекладача виникає необхідність синхронізації звуку і міміки і необхідність передати вихідні висловлювання на мову перекладу ситуативно адекватним способом; а при субтитрування перекладачеві доводиться відмовитися від використання деяких мовних засобів, так як необхідно здійснювати компресію. Текст перекладу виявляється адекватним тоді, коли він відповідає ієрархічно більш значимому скопосу» [35].

«Визначною рисою аудіовізуального перекладу (АП) є синхронізація вербальних та невербальних компонентів. Під час здійснення АП перекладач має враховувати текст, та всі інші аспекти медіа мистецтва, які є поліфонічними» [18]. Перекладач працює з діалогами, монологами, звуковими ефектами, зображенням, атмосферою відео сюжету. Задля досягнення еквівалентності аудіовізуального продукту до уваги береться не лише відповідність між лінгвістичними елементами двох мов, а й адекватний зв'язок між вербальними та невербальними структурами у творах оригіналу та перекладу.

Перекладач бере до уваги 4 канали:

- 1) вербальний (діалоги, пісні, голос за кадром);
- 2) невербальний (музика, спец. ефекти);
- 3) вербально – візуальний (титри, знаки, написи);
- 4) невербально – візуальний(картинка на екрані).

Основною метою аудіовізуального перекладу постає досяжність однакового впливу на аудиторію країни реципієнта.

Переклад кінострічки порівняно з перекладом художньої літератури, в свою чергу володіє особливими характеристиками. Однак на відміну від художнього твору переклад кінофільму є більш вільним і часто наближений до "вільного". Нерідко доводиться скорочувати вихідний

текст, так як необхідно підлаштовуватися під англійську артикуляцію. Це, в свою чергу, призводить до спотворення оригінального тексту.

Таким чином, як правило, часто вживаним перекладацьким прийомом є синтаксичне уподібнення, це означає, що перекладачеві необхідно підлаштовувати український текст під англійську мову. При перекладі з англійської мови на українську можуть бути використані різного роду скорочення.

Скорочення можуть бути розділені:

- пропуск;
- додавання;
- помилкові заміни.

Такі скорочення ж у свою чергу поділяються на:

1. Пропуск:

- незначного слова/одиниці;
- важливих слів і одиниць;
- фрагмента тексту;
- важливої частини контексту, в якій, як правило, відображена частина кульмінації або зав'язки.

2. Додавання:

- слова-визначення;
- додаткового пояснення;
- визначального слова.

3. Помилкові заміни:

- незначна помилка в перекладі слова;
- неприпустима помилка в перекладі важливого елемента контексту;
- невелика помилка через трансформацію структури;
- груба смислова помилка при значній трансформації в структурі.

Буквалізм в перекладі кінострічок, як правило, не прийнятний, так як в кінофільмі у зв'язку з обмеженням за часом, не можна протягом кількох

хвилин роз'яснювати або уточнювати той чи інший аспект того чи іншого явища.

М. М. Бахтін стверджує, що «текст ніколи не може бути переведений до кінця, оскільки його справжня сутність розігрується на рубежі двох свідомостей, і свідомість того, хто сприймає ніяк не можна ні усунути, ні нейтралізувати» [4, с.303].

Комунікативний акт умовно можна розділити на чотири складові : мова спілкування та його учасників, контекст, пресупозицію (необхідний семантичний компонент, що забезпечує наявність сенсу в затвердженні) і кінцевий продукт(мововиробництво).

Стало зрозуміло, що пресупозиція є основною складністю для перекладу. Таким чином, переклад фільму представляє з себе «складне комунікативне поєднання словесних, звукових та іконічних шифрів» [18].

Найчастіше, кінцевий переклад фільму зводиться до упущення відтінків сенсу, так як на перший план виходить точність передачі тексту і його ритму. При буквализмі зберігається точність, але втрачається сенс. Можна сказати, що кінопереклад має на увазі деяку ступінь компресії вихідного матеріалу при збереженні сенсу, ігри слів, складних фразеологізмів.

Будь-який фільм – це повідомлення, так як у нього є відправник, одержувач і канал передач [2, с.378]. Як і в мовній системі, у фільмі виділяється найменша значуща одиниця – кадр (іноді послідовність кадрів). Термін "синтагма", запозичений з мовної синтаксичної системи, в кінематографі трактується як епізод або послідовність епізодів.

Радянський літературознавець, культуролог і семіотик Ю.М.Лотман стверджував, що «сутність кіномистецтва полягає в синтезі двох типів оповіді-образотворчого та словесного, і художній фільм вибудовується на основі різних кодів, причому всі вони обумовлюють один іншого» [18].

Взагалі існують дві глобальні стратегії АП:

- переозвучення(revoicing);
- субтитрування (subtitling);

Переозвучення – це метод АП, з метою повного або часткового перекриття усного тексту оригінального АП продукту новим текстом цільної мови.

До переозвучення належать: дубляж, закадровий переклад(voice over), коментарі(narration), аудіодискрипція, вільний коментар.

- Закадровий переклад – достовірний переклад оригінального повідомлення у синхронному виконанні, загалом який використовують у контексті монологів. Закадровий переклад передбачає накладання звукової доріжки цільового тексту на приглушену доріжку оригінального тексту. Закадрове озвучення є більш простим і менш дорогим способом перекладу. Той факт, що перекладена мова акторів озвучування чути поверх оригінальної звукової доріжки твору, є основною відмінністю закадрового перекладу від дубляжу. А. В. Козуляев зазначає, що “при закадровому перекладі кількість обмежень мінімальна і вважає, що закадровий переклад можна аналізувати як одну з різновидів синхронного перекладу.”
- Коментар – одна з технік переозвучення, що не зосереджена на рухах губ оригінального повідомлення , та не має на меті повністю перекрити оригінальний текст.
- Вільний коментар – вид переозвучення, який фокусується не на рухах губ достовірного тексту та синхронному режимі виконання . Це вільний і часто виконаний у різних режимах переклад до якого додаються журналістські елементи і де оригінальний текст перекривається, або повністю або частково.

- Аудіодискрипція – перетворює візуальну інформацію на слова. Це описовий метод вставки аудіо – пояснення та опису декорацій, персонажів, сцен.
- Дублювання – є видом безмовного аудіовізуального перекладу, коли відбувається повна заміна звукової доріжки мовного оригіналу на звукову доріжку цільової мови, з метою показу аудіовізуальної продукції у країні, де мова оригіналу не є рідною.

Проте дублювання накладає на переклад додаткові обмеження, зумовлені необхідністю чіткого дотримання хронометражу і темпо – ритму, та наявності правил ліпсінгу, тобто укладання українського тексту в англійську артикуляцію. На початковому етапі дублювання відбувається переклад звукової доріжки, потім відбувається підбір акторів і озвучування. Вибір акторів враховує оригінальний голос, темперамент героя і голосовий вік. Дублювання найбільш дорогий і трудомісткий вид АВП(аудіовізуальний переклад) в порівнянні субтитруванням і закадровим озвучуванням.

Одиницею перекладу є мовленевий акт [13, с.16].

- Субтитрування – подання перекладу мовлення персонажів мовою цільової аудиторії у вигляді синхронних субтитрів. Субтитри – стисло викладені, написані переклади з мови оригіналу. Вони з'являються та зникають. Субтитрування є найбільш добре вивченим видом АВП.

Взагалі АВП ставить перед перекладачем низку завдання, зумовлених деякими труднощами.

Можна затверджувати, що АВП представляє окремий вид перекладу, тому що АВП має свій предмет вивчення і теоретичне обґрунтування. Також, ми повинні зазначити, що АВП є дуже складним тим самим він відрізняється від інших видів перекладу. При здійсненні АВП перед перекладачем постають такі завдання :

- 1) Врахування певних обмежень при перекладі та полісемантичний характер аудіовізуальних творів;
- 2) Аналізування тексту на всіх рівнях для того, щоб отримати переклад, адаптований під сприйняття адресата перекладу і викликав еквівалентну реакцію.

1.2 Жанрова своєрідність комедії як кіножанру.

Теоретичним обґрунтуванням комедії як жанр займався Аристотель ще в стародавній Греції . Про природу комічного він писав у своїй «Поетиці» : "Комедія - це відтворення грішних людей, але не у всій їх порочності, а в кумедному вигляді певна помилка чи потворство, що не завдає страждання і шкоди" [1].

Найвидатніші комедії, такі як «Ахарняни», «Мир», «Лісістрата», «Вершники», «Птахи» були написані великим драматургом того часу - Аристофаном. Пізніше Плавт зайняв провідне місце в літературі античного Риму [1].

Запровадження комедійного жанру походить від такого слова як «komodia» (грец.), і складається з двох коренів: «kommos» — «ряжені, натовп людей напідпитку» та «ode» — «пісня» [1]. На відміну від першої частини, де елліни сумували за Діонісом, у другий частини цього свята вони раділи, співали та смакували віно, яке було подароване Діонісом, котрий був богом віноробства. Зрозуміло, що напідпитку вони дозволяли собі різні жарти, навіть непристойні. Сама через це, комедія відноситься до жанру низького [1].

Надалі, назва цього жанру перекочувала зі сцени і на екрани кінематографа, а картини, що викликають запальний сміх, веселощі і посмішки, отримали свою назву – комедійні фільми.

Кінематограф схожий на видимий нами світ. Збільшення цієї подібності - один з постійних факторів еволюції кіно як мистецтва [18, с. 6].

Знаки діляться на дві групи: умовні і образотворчі. До умовних відносяться такі, в яких зв'язок між виразом і змістом внутрішньо не мотивовані. У кожній мові форма того чи іншого слова історично обумовлена [18, с.6].

Образотворчий, або іконічний знак має єдине, природно йому властиве вираз. Найпоширеніший випадок - малюнок.

Таким чином, повідомлення, зафіксоване умовними знаками, буде виглядати як закодоване, що вимагає для розуміння володіння спеціальним шифром, у той час, як іконічні представляються “природними” і “зрозумілими”.

Світи іконічних і умовних знаків знаходяться в постійній взаємодії, в безперервному взаємопереході. Саме процес їх взаємопереходу - культурне освоєння людиною світу за допомогою знаків. Особливо яскраво він проявляється в мистецтві [18, с.9].

Кінематографію, як вид мистецтва, можна вважати доволі молодого. Відома абсолютно точна дата її народження - 28 грудня 1895р. У цей самий день, у Парижі, брати Люм'єри продемонстрували свою першу кінострічку, яка складалась з коротеньких документальних замальовків. С того часу і почне складатися система жанрів.

Як наголошує словник української мови: «Кінокомедія – жанр кіно, у якому зображено явища, що належать до естетичної категорії комічного» [23].

Зокрема, головною характеристикою цього жанру в кіноіндустрії є наявність тонкого гумору, з якоюсь часткою глузування, і завдяки цьому, фільм став дуже цікавим і веселим.

Найпершим зразком кінокомедії прийнято вважати коротку стрічку «Политий поливальник»(1895) братів Люм'єр, що була маленьким анекдотом, комічною вуличною сценкою.

Нині жанр комедія чи не основа кінематографа, крім того пройшло вже багато десятків років і комічні фільми не втратили своєї актуальності і знаходяться на піку популярності серед шанувальників цього жанру.

Виділяють декілька видів, або жанрів кінокомедії:

- Пародія – комедії, що парадують будь-який інший жанр.
- Романтичні комедії – комедії про кохання.
- Буфонада – стиль комедії, побудований на прагненні виконавця максимально підкреслити зовнішні характерні ознаки персонажа, схильність до різких перебільшень.
- Трагікомедії – комедії, в яких комічні епізоди поєднуються з трагічними.
- Комедія жахів – комедії, в яких комічні епізоди поєднуються з епізодами жахів або ж, найчастіше, комедіями жахів називають фільми, що парадують фільми жахів.
- Кримінальна комедія – комедія, головними героями якої є гангстери, злодії, поліцейські або комедії з елементами кримінального фільму.
- Музична комедія – комедія, в якій багато музики та пісень.

Особливістю кінокомедії – зображення життєвих невідповідностей, що збуджують сміх глядача [11].

У кіно комедії поділяються на два підрозділи – гумор і сатира. Гумор заснований на доброзичливому, схвальному сміхові, сатира – на викриванні ворожому, розгніваному. Відсутність меж між гумором и сатирою дозволяє комікам виражати своє відношення до явищ життя, щось піддавати критиці, висміювати або заперечувати.

Безліч кінострічок, ще задовго до приходу звуку, були саме комедійними. Але, щоб розсмішити своїх кіноглядачів, акторська гра в

кінокадрі майже завжди здавалася безглуздою, або награно смішною. А кіно сатиричного напрямку, створювалось за допомогою яскравих образів та такої гумористичної поведінки, яка була зрозуміла всім і без проголошення тексту.

Таким чином сміх – це завжди радість. А сміються тільки ті люди, що мають відчуття гумору. Робимо висновок, що перегляд кінокомедій буде зрозуміло тільки людині з відчуттям гумору.

Комедія завжди була тим жанром кіно, що практично випереджає час і простір, а багато режисерів намагаються показати досвідченому суспільству такі чудові прообрази, які зовсім не відійшли від сучасності, які є зрозумілі і близькі нашому сприйняттю.

1.3 Гумор як об'єкт перекладознавчих досліджень

За словником української мови: «Гумор (лат. Humor – волога, примха, веселий настрій) – це художній прийом у творах літератури або мистецтва, заснований на зображенні чого-небудь у комічному вигляді, а також твір літератури або мистецтва, що використовує цей прийом. У той же час, гумор – це доброзичливо – глузливе ставлення до чого-небудь, спрямоване на викриття недоліків» [23].

Мислителі завжди зверталися до проблеми гумору, щоб з'ясувати його природу, осмислити значення і функції. Першим в ряду видатних філософів, які приділили увагу вивченню смішного, прийнято вважати Платона(427-348 до Р.Х). Але його думка про предмет виявилась негативною. Платон описував гумор як щось негативне, бо основоположними почуттями були злоба і заздрість. Також він відзначав, що сміх ґрунтувався, на нещастях або невдачах інших.

За Цицероном була надана перша класифікацію прийомів дотепності. Він виділив два основних типи дотепності : «або рівномірно розлита по всьому мовленню , або ж їдка і різка» [26, с.475]. Він також зазначав, що

види обіграють як предмет, так і слова. Словесна форма дотепності включає в себе, за Цицероном: “двозначність, несподівані висновки, каламбур, незвичайні тлумачення власних імен, прислів'я, алегорію, метафори, іронію” [32].

Також, український вчений Г. Г. Почепцов поділяє гумор на ситуативний і лінгвістичний. Всілякі гумористичні ситуації від пародій на людину до дитячого лепету можуть викликати посмішку, внутрішній або зовнішній сміх. Сміх виникає і в тому випадку, коли учасники по-різному інтерпретують ситуацію [24].

Один з видів ситуативного гумору заснований на невідповідності зовнішньої характеристики об'єкта висміювання і його внутрішній природі, його внутрішньої складової і, більш того, на їх конфронтації. Внутрішня складова може бути явно не представлена і присутня тільки ментально.

На нашу думку, такі жарти і анекдоти вимагають більшого інтелектуального напруження в силу імпліцитності сенсу.

В міжкультурній комунікації, письмовій або усній, при взаємодії представників двох культур може виникнути нерозуміння. Тому при роботі з гумористичним матеріалом такого типу текстів слід приділити особливу увагу.

Інший вид ситуативного гумору заснований на різній інтерпретації ситуації. Невідповідність інтерпретацій привносить ефект несподіванки і викликає сміх. Такий вид гумору більш зрозумілий.

Ефект лінгвістичного гумору, на переконання Р. Р. Почепцова, заснований не стільки на якості жарту, скільки на тому, хто є реципієнтом, наскільки розвинене його почуття гумору, його інтелектуальні здібності, на адекватності його тезаурусу, на ставленні реципієнта до жарту взагалі, на його настрої [24].

Лінгвістичний гумор виникає через відсутність в жарті відповідностей між формою і значенням в лінгвістичному єдності. Сенс жарту або

анекдоту може бути прихований в омонімах, у лексико-семантичних варіантах слів (полісемія), у метафорах, фразеологізмах та ін. [17, с.180].

Гумор – доволі делікатний за своєю сутністю. Можна зробити гарний переклад на українську мову будь - якого тексту, але гумор, який був у вихідному тексті(ВТ), може бути втраченим.

На сьогоднішній день є велика кількість теорій гумору, але у цих теорій немає спільної точки зору. Віктор Раскін запровадив їх поділ на три категорії: теорії несумісності, теорії ворожості і теорії вивільнення [9].

- Теорії несумісності припускають, що гумор з'являється внаслідок розуміння несумісності між очікуванням слухача й результатом.
- У теоріях ворожості можна сказати, що смішне полягає в знаходженні почуття зверхності відносно чого-небудь, або в подаланні перешкоди, чи агресії.
- Теорії вивільнення вказують, що комічне є результатом звільнення психічної енергії, вивільняючи людину від якогось обмеження. За Патрицією Кейт-Шпігель: “Теорії вивільнення - теорії розрядження. Гумор, як засіб для зняття стресу та напруги” [9].

Інструмент гумору — це жарт.

Проява відхилень від норми в зовнішньому вигляді, спричиняє жартівливо – емоційну оцінку. А саме, це відтворюється через вчинки чи стосунки людей.

У міжкультурному спілкуванні, у будь-якій культурі однією з найбільш яскравих особливостей гумору є зовнішні візуальні прояви та динамічні зміни на обличчі мовця - сміх, посмішка, що в деяких випадках говорить про прояв радості та веселоців. Таким чином, Кулинич писав, що: «гумор, почуття гумору - це здатність людини знаходити, фіксувати й усвідомлювати комічне в навколишній дійсності і емоційно на нього реагувати» [17].

Але почуття гумору залежить від безлічі факторів, в тому числі географічне положення, вік, культура, рівень інтелекту і освіти.

Наприклад, малі діти люблять дитячі комедійні мультфільми (“ Том і Джеррі”, “ Ну погоди”). Сатира ж вимагає від індивіда певного життєвого досвіду і знань, таким чином, підходить більше для зрілої аудиторії [9].

Тому найважливішою проблемою гумору є його переклад з усного мовлення, а також переклад текстів різноманітної тематики та змісту. Річ у тому, що перед перекладачем постає завдання зробити зрозумілий, цікавий та кумедний переклад, а це, навіть з бездоганним володінням язика є не завжди досяжне.

РОЗДІЛ 2

СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ ВІДТВОРЕННЯ ГУМОРУ У КІНОПЕРЕКЛАДІ

2.1. Лінгвокультурологічна специфіка американського гумору.

Визначення культуроцентричної кінокомедії надає Конкульовський: «культуроцентрична (традиційна) кінокомедія – ядерний тип комедії, яка розуміється як знакова, культуро специфічна комедія, побудована на національних традиціях вихідної лінгвокультурної спільноти» [35].

Кожний етнос має свої специфічні особливості. Тож характерні ознаки культуроцентричних кінокомедій віддзеркалюються в національній культурі, бутті, традиціях та цінностях носіїв етносу.

Фільми цього піджанру освітлюють відмінності американського соціуму у різноманітності життєвих стилів, культурних тенденцій і орієнтацій – відкриває очі на існуючу картину світу, тим самим передбачає вектор сюжетних ліній, риси персонажів. Цей гумор націлений саме на американського реципієнта.

Одним із особливих проявів американського гумору є “чорний” гумор.

Чорна кінокомедія – це комедія, яка побудована на основі цинізму, задача якої втілюється за допомогою «чорного» гумору. Також, нерідко, для сюжету характерний абсурд, самоіронія та сарказм з неординарним сюжетом. В основі чорних кінокомедій лежить абсурдне сприйняття світу.

Отже, культуроцентричні комедії віддзеркалюють норму поведінки певного соціуму, у той час, як тематика чорної комедії віддзеркалює не норму, а скоріш антинорму. Згідно поширеній думці, усе, що відноситься до таких тем, як смерть, страждання, насилля чи потворності погано піддається гумористичному трактуванню. Проте чорний гумор доводить до межі якість, притаманну гумору в цілому –

суб'єктивність. Основою рисою чорних комедій є не те, що вони показують, а те, як це показують. Об'єктивно «чорні» явища, такі, як наприклад, смерть стають смішними завдяки художній формі.

Як приклад візьмемо відривок з фільму “Босс”, де головна героїня впала зі сходів, а її колеги сказали:

- *“How did she survive that?”*

Українські перекладачі чудово впорались з перекладом так, що змогли підкреслити бажання колег калічення головної героїні :

- *“Якого вона не вбилась?”*.

Опираючись на теорію жанрового перекладу, різне сприйняття жанрово - стилістичної домінанти у диференційних піджанрах та лінгвокультурах грають велику роль, так як вони вагомо впливають на кінцевий переклад.

З прагматичної точки зору перекладу трансляту треба мати туж саму смислову нагрузку, що й оригінал тексту, здійснювати однакові жанрово-стилістичним очікуванням цільової аудиторії.

Американський гумор є дуже глибоким та цікавим. Але жарт американця очікує реакції публіки - сміх. В американському гуморі ми можемо знайти багато перебільшень і кривляння.

Зазвичай теми американських жартів не дуже відрізняються від інших:

- національні особливості;
- політика;
- знаменитості/селебриті;
- історичні персонажі.

Щоправда, одна тема все ж таки є суто національною - юристи.

Продемонструємо особливості американського кінокомедійного гумору на такому прикладі:

- *What's the difference between a lawyer and a leech?*

- *After your die, a leech stops sucking your blood!*

Переклад:

- *У чому різниця між адвокатом і п'явкою?*
- *Після смерті п'явка перестає смоктати твою кров.*

Більш того, американським комедійним кінофільмів включає в себе позакадрову реакцію на жарт - сміх. Тож ми можемо сказати, що навіть, якщо жарт був некумедний, то закадровий сміх може змусити глядача змінити свою точку зору, та відредагувати на нього усмішкою.

На доперекладацькому етапі головною ціллю перекладача є правильно зіставити жанр ВТ з огляду лінгвокультури адресата та у подальшому відтворити у ПТ важливі ознаки цього жанру.

За умов відсутності глибинних фонових знань і недостатньої проінформованості перекладача щодо фільмографії режисера, переклад кінотексту може бути неадекватно відтвореним.

2.2 Способи відтворення сленгізмів та жаргонізмів

На сьогоднішній день в лінгвістичній науці вивчення сленгу є актуальним і популярним. Про застосування сленгу і його особливості говорили в своїх роботах багато видатних лінгвістів, таких , як Гальперін І.Р.

Етимологія терміна сленг - одна з найбільш спірних та заплутаних питань і не була точно встановлена жодним з радянських або закордонних лінгвістів, які займались вивченням цієї проблеми.

Уперше термін було зафіксовано у 1750 році з тлумаченням “мова вулиці”. Беручи інші джерела, при першій фіксації це слово означало “образ”. Також, є думка , що “сленг” походить від слова sling (метати, кидати). У значенні , коли воно використовувалося в яскравому архаїчному виразі to sling one's jaw - говорити буйні, образливі речі.

Але все ж таки покажемо у цьому відношенні є образний опис “сленгу” у відомій роботі Дж.Б. Гріноу і Дж.Л.Кіттріджа : “ Сленг - мова - бродяга, яка поневіряється околицями літературної мови і постійно

намагається пробити собі дорогу в найвишуканіше суспільство»[37, с.55].

У сучасній зарубіжній лексикографії поняття “сленг” порівнюється з такими поняттями як діалектизм, жаргонізм, вульгаризм, розмовна мова, просторіччя та ін.

У традиційні лінгвістиці уся лексика поділяється на літературну та нелітературну.

До нелітературної лексики ми можемо віднести:

- професіоналізми;
- вульгаризми;
- жаргонізми;
- сленг.

Ці елементи лексики є традиційно більш розмовними, та мають неофіційний характер.

«Жаргонізми - це слова , які використовуються певними соціальними або об'єднаними за спільними інтересами групами, які несуть таємний, незрозумілий для всіх сенс» [23].

На сьогоднішній день етимологія слова сленг невідома. У теперішній час у словниках ми можемо зустріти як мінімум два основних тлумачення слова поняття сленг - 1) це особлива мова підгруп або субкультур суспільства; 2) лексика широкого вжитку для неформального спілкування.

Друге визначення користується більшою популярністю серед сучасних дослідників.

І.Р Гальперін дотримувався думки, що сленг - це синонім жаргона стосовно англомовних країн.

Американський сленг вважається дуже своєрідним і неповторним . Він народжувався і народжується в надрах самої англійської мови, в різних соціальних сферах та вікових групах як прагнення до стислості, виразності, іноді як протест проти приїлості або довгого слова , як

бажання по-своєму охарактеризувати предмет або його властивості. У молодіжних колах сленг особливо поширен. Серед молоді сленг - прагнення відокремитися від світу дорослих, “закодувати” свою мову, а також просто більш емоційно виразити свою думку або якось виділитися.

Особливо багато сленгових виразів та слів з'явилося з появою Інтернету.

Сленг (анг. *slang*) нестабільний, варіативний і недовговічний. Щоб новий вираз або слово було занесене в словник, воно, як каже Фіона Макфірсон, головний редактор Оксфордського словника: “має проіснувати в мові не менше п'яти років. Дуже багато сленгових слів не витримують цього терміну, що, однак ніяк не впливає на постійне зростання їх числа.”

Особливою складністю є переклад нелітературної лексики.

За приклад візьмемо вираз з фільму «Босс» :

- *Listen up, motherfuckers.*

У даному прикладі ми бачимо молодіжний виріз “motherfucker”, який при перекладі на українську мову звучить дуже грубо, тому перекладачі замінили цей вираз і отримали дуже влучний та кумедний переклад :

- “*Увага сюди, пісюшки!*”.

Також, за приклад візьмемо вираз зниженої лексики *holy shit* яке перекладається, як святе гімно:

- *It's a holy shit brownie!*

- *Language, please!*

- *You give me a holy-shit brownie, I'm gonna say holy-shit cause... holy-shit!*

Але, для цільової аудиторії нашої країни такий переклад був би зовсім некумедним і незрозумілим. Тому що наша мова має більше прийнятних слів зниженої лексики. Переклад :

- “*Ох і срань!*”

- “*Стеж за словами, будь ласка!*”
- “*Ти даєш мені чудове брауні і я кажу ох і срань, бо всратися можна, яке класне брауні..*”

Як вже було сказано, багато жаргонізмів являють собою тренди, які узяті з музики, телебачення, фільмів або Інтернету.

Наприклад, візьмемо уривок з комедії «Півтора шпигуна», де головні герої переписуються у фейсбуці:

Ми можемо бачити, що використовується жаргон “Wazzzup”, що означає “як справи”, і якщо навіть перекладачі б залишили цей вираз не перекладеним, то уся молодь, яка має доступ до Інтернету з легкістю зрозуміла б гумор (див. рис. 1.1).

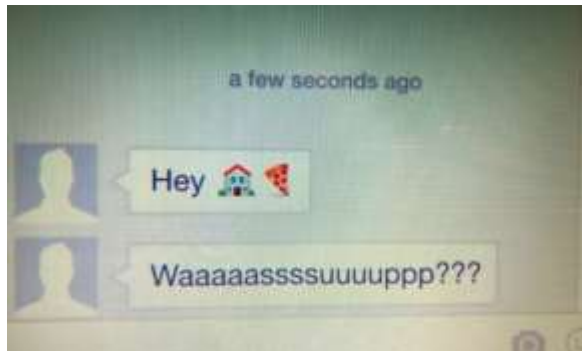


Рис. 1.1. Кадр з кінокомедії «Півтора шпигуна»

Також, в даному кінопродукті можна було зустріти такі вирази як Bro, Rofl та Dude, що є повністю зрозумілими для молоді.

Термін Bro являє собою урізану форму слова “brother”(брат) і має значення «брат», «друг», «людина».

Rofl розшифровується як “Rolling on the Floor Laughing”. У перекладі на українську мову ця фраза означає “катаюся по підлозі від сміху”.

Слово Dude з англійської перекладається як “чувак”.

Для зниженої лексики можна використовувати ті ж способи перекладу, що і для літературної. Це може бути прямий або буквальний переклад та непрямий переклад.

Сдобніков називає ці способи – “інтерлінеарний та трансформаційний переклад”[27].

Перший спосіб менш використовується при перекладі зниженої лексики, так як порушуються принципи перекладацької адекватності та узуальні норми мови перекладу.

Також перекладач може зіткнутися з відмінностями комунікативних норм двох мов: в сучасній англійській мову, особливо в американському варіанті вживання грубих слів є майже норма, в той час , як в українській таке не прийнято.

Крім того, виділяють два перекладацьких прийоми, що відносяться до першого способу : транскрипція, транслітерація та калькування. Їх застосування можливе лише за умови, що значення слова зрозуміло з контексту і переклад не порушує узуальні норми і принципи адекватності та еквівалентності [27].

Набагато частіше використовують непрямі способи перекладу або перекладацькі трансформації такі як :

- опущення;
- добавлення;
- антонімічний переклад;
- конкретизація;
- заміна;
- генералізація.

Їх первинна функція – це створення максимально лексичного, адекватного перекладу при відсутності регулярних мовних відповідностей. Крім того, без урахування стилістичної позиції сторони оригіналу адекватний переклад буде неможливим.

Стилістичний зміст тексту або висловлювання складається з стилістичних значень, складових його одиниць, і вимагає перекодування при перекладі, яка здійснюється в процесі зміни планів змісту і

вираження мовних одиниць вихідного тексту в тексті перекладу [34, с.110].

Часто при перекладі кінофільмів, задля досягнення адекватного перекладу використовується заміна на лексичному рівні. А саме, відбувається заміна окремим лексичних одиниць вихідної мови : слова і стійкі словосполучення на їх словниковий еквівалент мови перекладу.

Найчастіше тут зустрічаються три випадки: конкретизація, генералізація і заміна, заснована на причинно-наслідкових відносинах [3, с.210].

Також до перекладу жаргонізмів та сленгу відносять евфемістичний та дисфемістичний переклад. Ці прийоми використовують, коли в тексті оригінала зустрічаються вульгаризми та нецензурна лексика.

Евфемістичний переклад полягає в заміні слів оригіналу, які несуть дуже грубу експресію, на слова з менш сильною експресією.

У кінофільмі “Босс” у одному з епізодів, де адвокат головної героїні називає її “*Stupid ginger*”, що на українську перекладається, як *тупа руда дівка*, але перекладачі підкреслили грубість адвоката щодо головної героїні і переклали цей вираз, як “*руда сука*”.

Дисфемістичний переклад є протилежністю евфемістичного.

Приклад :

- “ *You seem fucking crazy to me*”.
- “ *Думаю, ти дурна, як будка*”.

Тож можемо сказати, що при перекладі сленгізмів та жаргонізмів перекладачу треба враховувати вікові, соціальні та індивідуальні особливості персонажу. Завдання ускладнюється тим, що перекладачу треба знайти такі виразні засоби, які були б семантично і стилістично рівноцінно прийнятними аудиторії, на яку розрахований переклад.

2.3 Ситуаційний гумор: перекладознавчий аспект

Сітком (скорочено від “ситуаційні комедії”) - комедійний телесеріал з півгодинними серіями і постійними головними персонажами, дії який відбуваються в одному місці, наприклад вдома або на роботі. У діалогах багато жартів, які , в основному, засновані на тому, що головні герої потрапляють в незручні або кумедні ситуації [35].

Вечори на початку ХХ століття проводилися за прослуховуванням радіо усією сім'єю. З цих радіопостановок і з'явився сьогоденний популярний телевізійний жанр – сітком. Разом з тим, «Ситуаційні комедії» відрізнялись тим, що персонажі практично не змінювалися протягом усього серіалу.

Проте серйозний розвиток сітком отримав в основному в США, де на початку 1950-х зароджується сцена стендап-комедії, а на телебаченні з'являються комедійні вечірні шоу в прямому ефірі, фактично — театральні постановки, які розігруються на кшталт тих самих сіткомів минулих років — перед камерою і живим глядачем, який активно реагує на події.

З 1983 року сітками в Америці зіткнулися з конкуренцією в лиці «Мильних опер». Порівняно з мильними операми, сітками були популярними не лише у жіночій аудиторії. Смішні життєві ситуації, з яких головні герої ,все ж таки, знаходять вихід, привертають глядацьку увагу вже понад 100 років .

Власне із ситкомів і був отриманий закадровий сміх і аплодисменти, чим відрізняли та виділяли цей жанр серед інших.

Основною задачею організаторів шоу було розсадити глядачів так, щоб вони опинялися за кадром, але їх жива реакція потрапляла в звуковий ряд. Насьогодні ми маємо за приклад деякі ток-шоу, через які ми можемо уявити, як виглядали подібні трансляції.

У середині 20 століття телевізійні фільми стали набагато яскравішими. В них з'явилися численні дублі та монтаж. Через це від постановок в прямому ефірі відмовились і глядачів зі знімальних павільйонів прибрали. Однак при перегляді перших серій було виявлено, що глядачі сприймають нові ситками відсторонено. Щоб відновити емоційний контакт продюсери вирішили, що глядачів у павільйони треба повернути. Проте виникла нова проблема: глядачі стали втомлюватися.

Але проблема була вирішена тим, що у 1953 році звукоінженер Чарлі Дуглас винайшов ефективний і дешевий підхід: він придумав «машину сміху». Щоб сміх був різноманітним, він записав кілька найбільш вдалих зразків від різних людей окремими доріжками. Далі була справа техніки.

Дуглас використовував запис кожного глядача за допомогою окремих кнопок. Спочатку апарат використовували, якщо траплялися невдалі студійні записи, а пізніше і зовсім перейшли до його експлуатації.

Так і створили загальновідомий закадровий сміх, який репродукується і досі. Не дивлячись на всі складності роботи з глядачами, на початку 90-х років на зйомки сіткомів глядачів повернули.

Для Америки сіткоми стали хорошим способом розвинути громадську думку і розсунути межі допустимого на малому екрані. Таким чином, розвиваючись, сіткоми з акуратного, передбачуваного, здавалося б, низького жанру — еволюціонували в щось більше і привели до появи таких шедеврів сучасного телебачення, як наприклад «Сімпсони».

На сьогоднішній день не так легко потрапити на зйомку в якості глядача. Організатори проводять кастинги аудиторії. З живою аудиторією знімався і легендарний ситком «Друзі». А також “ Теорія великого вибуху”, “Альф”, “Відчайдушні домогосподарки”.

Також ми можемо сказати, що американська сміхова культура є особлива та відрізняється через свій історичний розвиток.

Передусім, на основі гумору фронтири, було розвинуто багато таких жанрів, як небилиці, неймовірні історії, трікстери (practical jokes), анекдоти (yarns). Добре відомі іммігрантські, жіночий гумор, жорстокий гумор, жарти про слонів відносяться саме до американських різновидів жартів.

Виходячи з національно – специфічних особливостей американців, підкреслюють види гумору, найбільш характерні для американської мовної культури. Тому жарти про слонів постають своєрідною метафорою, який підкреслює силу та владу країни. Поняття гіперболізації у сучасній Америці суміжне зі словом "super", яке розкриває її національну міць на міжнародній арені. Популярні комічні прийоми – антиклаймекс, гіпербола.

У таких випадках, у перекладі виникають відношення протиріччя, тобто інконгруентності.

Цільова дія жарту це, в першу чергу, генерування позитивних емоцій та невимушеної атмосфери.

Як приклад можемо взяти епізод з комедії «Босс», де головна героїня приходить на побачення з колегою чоловіком:

- *I'm wearing a bra...a new bra. It's not new...It's old, I just haven't worn it in a while.*
- *You know what? I went with an old bra tonight too.*

Переклад:

- *Бо бюстгальтер.. новий. Ні, не так , старий...давно не носила.*
- *Я теж у старому ліфчику..От [«Босс»].*

Якщо адресант хоче розсмішити адресата, він не підготовлює його спеціально, жарт виникає спонтанно. Самохіна стверджувала: «Комунікативна мета жарту передбачає регулювання процесу комунікації: створюється певна гумористична тональність спілкування, а, отже, речовий жанр жарту виконує фатичну і регулятивну функції»[26].

Існує кілька способів досягнення поставлених цілей. Для визначення стратегії мовного впливу необхідно враховувати не тільки комунікативну мету, але і тип тактик, використовуваних для реалізації жарти.

Роблячи підсумок, стає зрозумілим, що розсмішити адресата можливо відбором гумористичних текстів, які притягують його увагу і провокують, в першу чергу, сміх. Це лежить а основі емоційного настрою який транслюється на адресата. Це є фокусною задачею функціонально - емотивного тексту жанру, який спрямований на його розумінні. Жарт може сприйматися не лише раціонально, але й емоційно, що частіше супроводжується тим, що за жартом стоїть не тільки мовна система, а й транслююча мовна особистість.

2.4. Особливості перекладу кінокомедій

Для того щоб розкрити особливості відтворення гумористичних контекстів у кінокомедіях американської лінгвокультури ми обрали три стрічки, які є популярними серед американської глядацької спільноти:

- 1) Шпигунка (Spy)
- 2) Босс (The Boss)
- 3) Півтора шпигуна (Central Intelligence)

Особливість перекладу, що відрізняє його від всіх інших видів мовного посередництва, міститься в тому, що відбувається повна заміна оригіналу і мовці перекладу вважають його повністю схожим до вихідному тексту.

Також, ми розуміємо, що абсолютна тотожність перекладу оригіналу неможлива і що це аж ніяк не заважає реалізувати міжмовної комунікації.

Через те, що зміст оригіналу та перекладу різнилися ввели термін еквівалентність. Перш за все, еквівалентність позначає смислову

схожість оригіналу і перекладу, тому потребує максимального збігу текстів. Завдяки цьому, еквівалентність є головною властивістю існування перекладу.

Американський гумор вважають занадто специфічний для того, щоб представники інших народів завжди розуміли його. Однак, ця незрозумілість частіше пов'язана саме з некоректним перекладом, ніж відмінностями у культуросприйнятті.

Лінгвістичного гумор постає найрозповсюдженою проблемою при перекладі, через те, що має такі типи гумору, як каламбури, та слова-портмоне. Останні поступово долучаються до нормативної лексики, тим самим втрачають свій гумористичний характер.

За словником української мови: «Каламбур — стилістичний прийом, який базується на використанні омонімії або паронімії, будь-які форми полісемантичності; часто вживається в комічному та сатиричному контекстах» [28].

Не мало важливим є те, що прояви гумору в українській та англійській мові можуть сприйняти і зрозуміти по – різному. В комедійних фільмах важливу роль відіграє гумор.

Найчастіше, у фільмах комедійного жанру, гумор передають через гру слів, що викликає великий інтерес у глядача, а жарт набуває оригінального звучання і доволі багатогранного значення.

Як приклад візьмемо невеликий епізод з фільму « Шпигунка»:

- *Smell you later, pal.*

Якщо у даному випадку це словосполучення перекласти дослівно, як «понюхаю тебе пізніше, приятель», то жарт не спричинить очікуваної реакції. Тому, щоб отримати доцільний результат необхідно зробити переклад дослівно, але заздалегідь зайнятись його оформленням, тобто «*smell you later, pal*» перекласти як «*Знюхаємось*».

Далі розглянемо каламбур, який базується на полісемії. Це найбільш частотний вид гри слів, у якому гумор базується на багатозначності лексичних одиниць. Як зразок візьмемо невелике речення:

- *I'm pretty sure they were pulling your leg!*

Якщо перекладати без знання контексту, то отримаємо:

- *Я певна, що вони тебе тягли за ногу.*

З перекладу ми бачимо, що вираз є більш трагічним, ніж комічним. Однак, вираз «to pull your leg» окрім «тягти чиюсь ногу» також використовується у випадках, коли хтось дурить когось, тож перекладачі впорались із поставленою задачею:

- *Я певна, що вони тебе розіграли.*

Англійський гумор більш за все пов'язаний з феноменом слова, тому більшість американського гумору заснована на схожості, співзвуччя слів:

- *You seem fucking crazy to me.*

- *Sorry?*

- *I said you cute as a daisy to me.*

Переклад :

- *Думаю, ти дурна, як будка.*

- *Вибачте?*

- *Кажу, ви гарна, як незабудка.*

Крім того, наприклад, візьмемо діалог з кінокомедії “Шпигунка”, де ми бачимо повністю заміну слів, щоб адаптувати його для нашої цільової аудиторії :

- *We have to stop the sale of a nuclear bomb and they send in someone who looks like Santa Claus fucking wife.*

Переклад:

- *«Нам треба перехопити атомну бомбу, а вони довірили цю справу бляха бухгалтерці з хліб комбінату».*



Рис. 2.1. Кадр із кінокомедії «Шпигунка»

В даному прикладі ми бачимо адаптацію щодо Santa Claus wife. Через те, що у слов'янській лінгвокультурі у Діда Мороза немає дружини, а лише онучка, перекладачі замінили цей вираз на бухгалтерку з хлібокомбінату, оскільки під бухгалтеркою з хлібокомбінату слов'янська аудиторія розуміє жінку похилих років, яка не слідкує за зовнішністю і має справи лише з паперами. У той же час, дружина Санта Клауса характеризується як добродушна й пухленька жіночка похилого віку з сивим волоссям, яка допомагає Санта Клаусу вести господарство й слідкувати за ельфами.

Антонімія – прийом створення комічного ефекту шляхом використання антонімів [34].

- *You should not be in this casino because De Luca is here and I need to get close to him.*
- *How you gonna do that? How you gonna do that, Cooper?*
- *What are you gonna seduce him? That your big fucking plan?*
- *Yeah, what if it is? Why is that so hard to believe?*
- *Because you look like a flute player in a wedding band. That's fucking why! I'm here to take De Luca out.*
- *It sounds romantic. I hope you get lucky.*

В даному прикладі ми також бачимо заміну англійської реалії на українську але з використанням антонімії, тому що в тексті оригіналі

«музикант з весілля», а в українському перекладі навпаки – «баяніста з похоронного оркестру».

- *Дарма ти припхався сюди, тут зараз Де Лука і я його захапаю.*
- *І як ти це зробиш? Як ти це зробиш, га?*
- *Хочеш його спокусити? Це твій бляха супер план?*
- *А хоч би і так, то й що, в це так важко повірити?*
- *Та ти схожа на байяністку з похоронного оркестру, тому бляха і важко. А я з ним криваву джигу станцюю.*
- *О, романтика.*



Рис. 2.2. Кадр із кінокомедії «Шпигунка» (приклад візуальної іронії)

В даному фрагменті спостерігається динамічне зображення персонажа у кадрі. Головна героїня одягнена у довгу чорну сукню, що викликає асоціації з похоронами, сумом, певним трагічним контекстом.

Використання контекстуального відповідника *баяністка з похоронного оркестру* акцентує увагу на повній непривабливості героїні, яка у такому вбранні ніяк не може спокусити найвідомішого мафіози Італії.

Однією з найрозповсюджених тем для створення жарту є тема нації та версти суспільства. Розглянемо приклади з фільму «Півтора шпигуна» :

- *Oh, honey, black people don't go to therapy. We go to barbershops or we watch the movie "Barbershop".*

- *О, люба, чорні до психотерапевтів не ходять. Ми йдемо у перукарню і там усе обговорюємо. Чи дивимось дебільні комедії.*

У даному прикладі об'єктом жарту є афроамериканці, крім того, відношення виражено дуже експліцитно, в легкій і відкритій формі.

До того ж ,наприкінці 19 століття, почався розквіт барбершопів. Саме в цей період вони знов стали втіленням чоловічих клубів, куди чоловіки приходили почитати газету, випити віски, відпочити від жінок, обговорити останні новини, не соромлячись у виразах, ну, і звичайно ж, отримати якісне обслуговування. Відомо, що наприкінці 19 століття, афроамериканці були позбавлені можливості відвідувати традиційні заклади надання медико та психотерапії. Тому вони віддавали перевагу закладам, де їм були раді.

Отримані результати свідчать про те, що перекладачі аналізованих кінопродуктів змінили багато імен і назв, які б були зрозумілі англійській аудиторії, на українські власні назви, або імена.

Наприклад візьмемо речення, де в оригіналі Сьюзан (головна героїня кінокомедії «Шпигунка») каже :

- *You wanna me to have Cagney and fucking Lacey explain it to you?*

Такий вислів відтворено у перекладі українською у такий спосіб:

- *Ти хочеш, щоб Володя і його брат Віталія все пояснили?*



Рис. 2.3. Кадр із кінокомедії «Шпигунка»

Перекладачі зробили це не навмисне, а тому , що українських всесвітньо відомих братів боксерів звать Володимир та Віталій Кличко, тому, для української аудиторії цей жарт буде кумедний. У той час, як для американської аудиторії Cagney та Lacey більш відомі персонажі через те, що у 1980р на екранах країни транслювався телесеріал у жанрі поліцейської процедурної драми, де Cagney та Lacey були головними героями.

Тож можемо зробити висновок , що для досягнення адекватного, а в нашому випадку, перш за все, для досягнення гумористичного ефекту, перекладачі використовують різні засоби, іноді , зводячи текст оригіналу до вільного перекладу. По-друге, вони повинні адаптувати переклад реалій, та інших виразів, наприклад, як сленгізмів та жаргонізмів до цільової аудиторії. Тим самим, роблячи кінофільм , та жарти у ньому зрозумілим, та кумедними.

ВИСНОВКИ

У науковій роботі було здійснено аналізування теоретичних та практичних аспектів особливостей відтворення гумору в кінофільмах, розуміння кінотексту та кінодіалогу, також ми виокремили та проаналізували основні способи перекладання комічних контекстів, наявних в аудіовізуальній продукції.

Гумор – це різновид комічного, його розуміння. Гумор – це вміння бачити та показувати смішне, поблажливо – глузливе ставлення до будь-чого. У разі існує багато теорій гумору, але жодна з них не має спільної точки зору. Однак, ми в нашому дослідженні спираємося на теорії В.Раскіна(теорія несумісності, теорія ворожості та теорія вивільнення).

Інструментом гумору постає жарт. Аналогічно до усіх інших форм комічного, жарт реалізується в конкретних формах, таких як особливості національного характеру, культурні традиції та ін.

Жартівлива лексика є доволі етноспецифічною. Тому магістральним методом дослідження у роботі ми обрали компаративно–перекладацький аналіз, за допомогою якого ми зробити висновок, що домінантною стратегією відтворення гумору в аудіовізуальному перекладанні комедійних фільмів американської культурної традиції постає доместикація.

Важливою умовою, за якою лексичні одиниці набувають комічного забарвлення, є комічне середовище, несподіваний зв'язок слова в тексті з іншими словами і виразами. Значну роль в мистецтві комічного відіграють гостроти, що відрізняються експресивністю і викликають сміх.

У роботі було виявлено специфіку кіноперекладання як виду аудіовізуального перекладу, з'ясовані основні труднощі перекладу жартів і відтворення комічного в цілому. Кінопереклад можна вважати досить вільним перекладом. Кіноперекладу притаманні численні

додавання і опущення, крім цього, оскільки кінодіалог являє собою розмовний стиль мови, в ньому присутня велика кількість сленгових виразів, які додають комічності. Також можна спостерігати наявність жартів, заснованих на полісемії і омонімії, іронії і сарказмі. У роботі часто зустрічаються прийоми генералізації, антонімічного перекладу, додавань і опущень.

Одним із особливих проявів американського гумору національного характеру є чорний гумор. Чорна кінокомедія побудована на основі цинізму. В основі чорних кінокомедій лежить абсурдне сприйняття світу. Американський гумор є дуже широким та цікавим, тому теми американських жартів також є дуже різноманітними (політика, національні особливості, селебреті, історичні персонажі тощо).

При цьому, особливістю американських кінофільмів постає позакадрова реакція – сміх. Тож ми можемо сказати, що ситуаційний гумор(сітком), в основному, належить до американської кінокультури.

Разом з тим, ми можемо зробити висновки, що найбільш складним для перекладача постає саме кінотекст, тому що реалії американського глядача не видаються зрозумілими, і перш за все, кумедними українському глядачу. У такий спосіб, кіноперекладач, який працює з вихідним текстом і має справу з грою слів, каламбуром та культурними ремінісценціями зіштовхується з когнітивним дисонансом.

Наприкінці відзначмо, що в результаті дослідження був отриманий матеріал, аналіз якого дозволив зробити висновок, що велика частина реплік, що містять гру слів, була переведена використовуючи заміну (60%), компенсацію(20%) та калькування (20%) і дослівного перекладу було найменш з усіх(10%).

Слідуючи з наведених вище висновків, можна зробити такий підсумок, що універсальних прийомів, способів і методів перекладу гри слів не має. Кожний жарт, що містить вищенаведений стилістичний прийом є унікальний.

У такий спосіб, щоб досягти адекватного перекладу, перекладач має чітко розібратися у концептуальних картинах світу мови оригіналу та мови, на яку здійснюється переклад.

Різниця концептуальних картин світу американців та українців зумовлює більш «тонкий» американський гумор, який тяжіє до іронії та сарказму, витонченість «чорного гумору», у той час як український гумор більш простий, життєстверджуючий, а людина в ньому – частіше об'єкт для добродушного сміху, аніж для насмішки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анализ способов передачи комического эффекта в кинопереводе.
URL:<https://xn--d1aux.xn--plai/analiz-sposobov-peredachi/>.(дата звернення 18.01.20)
2. Барт Р. Общество. Воображение. Реклама. Система Моды. Статья по семиотике культуры. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2004. С. 303–378.
3. Бархударов Л. С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода. М.: Международные отношения, 1975. 210 с.
4. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2000. 378 с.
5. Вікіпедія. «Гумор». URL:<http://uk.wikipedia.org/wiki/Гумор> (дата звернення 06.01.20)
6. Вікіпедія.«Комедія».URL:<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%> (дата звернення 14.01.20)
7. Влахов С. И., Флорин С. Непереводимое в переводе. М.: Международные отношения, 1980. 343 с.
8. Гальперін І. Р. Стилистика английского языка. М.: Либроком, 2014. 336 с.
9. Глинка К. Д. Теория юмора. URL: <http://e-lub.net/annuals/ht1.htm> (дата звернення 03.01.2020).
10. Гумор як складова культури спілкування.
URL:<http://pidruchniki.com/> (дата звернення 13.01.20)
11. Казакова А. И. Особенности формирования фразеологической семантики в дискурсивном пространстве отечественного киноискусства: дисс. канд. филол. наук: 12.01.06. Астрахань, 2014. 231 с.
12. Канафьева В. В. Язык и время в Традиции Логоса. Саратов: ООО Издательство «Научная книга», 2005. 202 с.

13. Карабан В. І. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську. Вінниця: Нова книга, 2002. 321 с.
14. Классические американские ситкомы. URL: <https://esquire.ru/movies-and-shows/119362-7-klassicheskikh-amerikanskih-sitkomov-ot-chno-beloj-ya-lyublyu-lyusi-do-saynfelda-i-nyani/> (дата звернення 23.02.20)
15. Козуляев А. В. Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности и особенности обучения данному виду перевода. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/audiovizualnyy-polisemanticheskij-perevod-kak-osobaya-forma-perevodcheskoj-deyatelnosti-i-osobennosti-obucheniya-dannomu-vidu-perевада> (дата звернення 15.03.2020).
16. Конкульовський В. В. Кінокомедія як об'єкт перекладу (на матеріалі англійських скриптів та українських, російських перекладів): автореферат канд. філологічних наук, спец.: 10.02.16 – перекладознавство. Херсон, Херсонський держ. ун-т, 2015. 22 с.
17. Кулинич М. А. Лингвокультурология юмора (на материале английского языка). Самара: Изд-во СамГПУ, 2005. 180 с.
18. Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин: Изд-во «Ээсти Раамат», 1998. 372с.
19. Методичні рекомендації. URL: <https://zp.edu.ua/bitstream/.pdf> (дата звернення 13.01.20)
20. Мишина О. В. Средства создания комического в видеовербальном тексте. Самара: Самарский государственный педагогический университет, 2007. 131 с.
21. Мошкович В. В. Адекватность и эквивалентность как основополагающие критерии оценки качества перевода: дис. канд. филол. наук: 07.10.14. Тюмень: Челябинский государственный педагогический университет, 2014. 203 с.

22. Найда Ю. Toward a Science of Translating. Вопросы языкознания. М.: Мичиганский университет, 1964. с. 456–460.
23. Основные этапы развития кнематографа. URL:<http://www.calc.ru.html> (дата звернення 24.02.20)
24. Почепцов Г. Г. Язык и юмор: шутки, анекдоты. М.: Висша школа, 1982. 326 с.
25. Реферовская Е. А. Коммуникативная структура текста в лексическо-граматическом аспекте. М.: ЛКИ, 2007. 168 с.
26. Самохіна В.О. Функціонально-комунікативний простір англомовного жарту. *Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки*. 2011. № 56. С. 23–27.
27. Сдобников В. В. Теория перевода : учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков. М.: АСТ: Восток - Запад, 2007. 448 с.
28. Словник української мови. URL:<https://sum20ua.com/?page=693&wordid> (дата звернення 13.03.20)
29. Слышкин Г. Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа). Москва: Водолей Publishers, 2004. 153 с.
30. Содель О. С. Інконгруентність як когнітивний механізм створення комічного в англомовних анекдотах і проблема перекладу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2018. С. 158–160.
31. Федоров А. В. Основы общей и сопоставительной стилистики. М.: Наука, 1974. 210 с.
32. Цицерон М.Т. Три трактата об ораторском искусстве. М: Научно-издательский центр “Ладомир”, 1994. 475 с.
33. Цыбина Л. В. Структура и параметрические характеристики кинематографического дискурса. Лингвистические и экстралингвистические проблемы коммуникации: теоретические и

- прикладные аспекты. Саранск: Морд. гос. Ун-т им. Н. П. Огарева, 2006. 120 с.
34. Числова Н. М. Юмор как средство выражения радости в межкультурном общении. М.: Директ-Медиа, 2015. 110 с.
35. Шэрон Б. Кинопробы: Руководство для актеров от голливудского кастинг-директора. URL: <https://oz.by/books/more10911402.html>. (дата звернения 03.03.2020).
36. Dynel M. The Pragmatics of Humour across Discourse Domains. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2011. 388 p.
37. Giora R. On Our Mind: Saliency, Context, and Figurative Language. N. Y.: Oxford University Press, 2003. 272 p.
38. Greenough J.B. and Kittridge G.L., Words and Their Ways in English Speech, Words and their ways in English speech. London: Macmillan, 1907. 431 p.
39. Hatim B., Mason I. Discourse and the translator. L., N.Y.: Longman, 1991. 258 p.
40. Raskin V. Semantic Mechanisms of Humor. Dordrecht - Boston - Lancaster: D. Reidel Publishing Company, 1985. 284 p.
41. Vassiliou A. Analysing Film Content: A Text-Based Approach Doctoral thesis, University of Surrey. Guildford: 2006. 321 p.
42. Ziv A. Humor as a Social Corrective. Writing and Reading across the Curriculum. Glenview: Scott, Foresman and Company, 1988. 360 p.