

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

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ПЕРЕКЛАДУ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЗАСОБІВ СТВОРЕННЯ
КОМІЧНОГО (НА МАТЕРІАЛІ АМЕРИКАНСЬКОГО СЕРІАЛУ
„FRIENDS”)**

Виконала: студентка 2 курсу, групи 8.0358-ап
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови та
літератури (переклад включно) - перша англійська
освітньої програми Переклад (англійський)
Рак Лоліта Романівна

Керівник к.ф.н., доцент Воробйова М. В.

Рецензент к.ф.н., доцент Юнацька А. Б.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології

Кафедра теорії та практики перекладу з англійської мови

Освітній ступінь магістр

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.04 Германські мови та літератури (переклад включно) — перша англійська

Освітня програма Переклад (англійський)

ЗАТВЕРДЖУЮ

**В.о. завідувача кафедри теорії та практики
перекладу з англійської мови**

к.ф.н., доц. Запольських С. П.

« » _____ 2019 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

РАК ЛОЛІТИ РОМАНІВНІ

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту): «Особливості перекладу засобів створення комічного (на матеріалі американського серіалу Friends)»

Керівник кваліфікаційної роботи (проекту): Воробйова Марина Вікторівна, к.ф.н., доцент

затверджені наказом ЗНУ від «22» квітня 2019 року № 596-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту): 10 січня 2020 року.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту): відеоматеріали декількох сезонів серіалу «Друзі», англійський варіант субтитрів серіалу та російський варіант перекладу, матеріали сайтів, дослідження та статті вітчизняних і зарубіжних авторів.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): перекладознавча термінологія; класифікація гумору та засобів створення комічного при перекладі; способи, методи та прийоми перекладу комічних ситуацій.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту):

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання
Вступ	Воробйова М.В., к.ф.н., доц.	03.03.2019	03.03.2019
Розділ 1	Воробйова М.В., к.ф.н., доц.	03.04.2019	03.04.2019
Розділ 2	Воробйова М.В., к.ф.н., доц.	16.05.2019	16.05.2019
Розділ 3	Воробйова М.В., к.ф.н., доц.	07.10.2019	07.10.2019
Висновки	Воробйова М.В., к.ф.н., доц.	04.11.2019	04.11.2019

6. Дата видачі завдання: 04 лютого 2019 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх вивчення та аналіз; укладання бібліографії	лютий — квітень 2019	виконано
2.	Добір фактичного матеріалу	травень 2019	виконано
3.	Написання вступу	вересень 2019	виконано
4.	Написання першого теоретичного розділу	вересень 2019	виконано
5.	Написання другого теоретичного розділу	жовтень 2019	виконано
6.	Написання практичного розділу	жовтень — листопад 2019	виконано
7.	Формулювання висновків	листопад — грудень 2019	виконано
8.	Проходження нормоконтролю	грудень 2019	виконано
9.	Одержання відгуку та рецензії	січень 2020	виконано
10.	Захист	січень 2020	виконано

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

Магістрант

Л. Р. Рак

Керівник роботи (проекту)

М. В. Воробйова

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

В. В. Погонєць

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 85 стор., 56 джерел.

Об’єкт дослідження: засоби створення комічного у сучасних англомовних серіалах.

Мета роботи: виявлення особливостей перекладу мовних засобів створення комічного ефекту російською мовою в такому телевізійному жанрі як ситуаційна комедія.

Теоретико-методологічні засади: роботи таких науковців як Рюміна М. Т., Борев Ю. Б., Дземідок Б., Шестаков В. П., Худаветрова Н. П., Райс К., Ярміна Т. Н., Тамберг. Ю. Г., Числова Н. М.

Отримані результати: в ході роботи були виявлені проблеми перекладу гумористичних текстів на російську мову зі збереженням комічного ефекту. Дослідивши способи перекладу гумору в комедійному серіалі „Friends”, можна виділити проблеми для подальшого дослідження, такі як варіативність російського перекладу, збереження національного гумору іншої культури, використання авторських неологізмів. Так само безсумнівний інтерес представляє вивчення каламбуру в різних функціональних стилях. Від вдалого перекладу безпосередньо залежить художньо - естетична цінність фільму і враження, яке він справляє на глядача. Тому необхідність подальших досліджень цієї теми є очевидною. Під час дослідження також було виявлено, що саме лексичний рівень є найбагатшим по наповненню гумористичним ефектом. Саме в ньому реалізується більшість засобів створення комічного ефекту.

Ключові слова: *ситком, кінопереклад, комічне, гумор, іронія, сатира, сарказм, каламбур, гра слів.*

ЗМІСТ

ЗМІСТ	2
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ПРИРОДА КОМІЧНОГО	6
1.1 Поняття комічного та його форми	6
1.2 Основні теорії комічного	11
1.3 Природа і значення гумору	12
1.4 Лінгвальні засоби створення комічного ефекту	15
РОЗДІЛ 2 КІНОПЕРЕКЛАД ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	21
2.1 Поняття «кінопереклад» і його лінгвістичні особливості	22
2.2 Основні відмінності кіноперекладу від перекладу літературного і художнього	26
2.3 Гумор у кіно та особливості його перекладу	30
2.4 Сучасні лінгвістичні теорії гумору	31
2.5 Проблеми перекладу гумористичних текстів російською мовою зі збереженням комічного ефекту	38
РОЗДІЛ 3 СПОСОБИ ПЕРЕДАЧІ КОМІЧНОГО ЕФЕКТУ В КІНОПЕРЕКЛАДІ ТЕЛЕСЕРІАЛУ „FRIENDS” НА РІЗНИХ РІВНЯХ МОВИ	44
3.1 Фонетика	46
3.2 Морфологія	47
3.3 Лексика	50
ВИСНОВКИ	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81

ВСТУП

Робота присвячена проблемам комічного, його реалізації за допомогою різноманітних мовних засобів і особливостям перекладу цих мовних засобів з англійської мови на російську. Дослідження проводиться на прикладі використання і перекладу мовних засобів вираження комічного в американській ситуаційній комедії „Friends”.

Комедійний жанр є одним з найдавніших у світі. Його назва походить від грецького слова „komodia”. У Стародавній Греції даної дефініцією позначали спектаклі і постановки, що носять гумористичний характер. У нашій роботі буде розглянуто кіногумор та кінопереклад, а саме – способи передачі американського гумору для російськомовної аудиторії. Звертаючись до історії кіно, можна переконатися, що в німому кіно комічні ситуації створювалися за допомогою гіперболізованого образу героя, який заповнював відсутність звукового супроводу. У сучасному кіно важливу роль відіграють не тільки образи героїв, а й репліки, якими вони обмінюються в процесі діалогу. У багатьох випадках передача гумору акцентується на тексті, тобто це може бути гра слів, дотепна репліка, анекдот тощо. Головним завданням перекладача - це максимально точно передати ту комунікативну ситуацію, яка була закладена в оригіналі. Існує безліч труднощів при трансформації гумору, тому що залишаються корінні відмінності між різними народами, незважаючи на глобалізаційні процеси, які стирають міжкультурні рамки.

Актуальність даного дослідження обумовлена значною увагою, яка сьогодні приділяється гумору в суспільстві, про що свідчить велика і постійно зростаюча кількість різних гумористичних телепередач.

Ступінь розробленості проблем перекладу взагалі і перекладу гумору зокрема в науці досить висока. Існує безліч різних підходів і технік. Наявність безлічі окремих теорій гумору і відсутність єдиної теорії перекладу обумовлює відкритість даного питання для досліджень.

Об'єктом даного дослідження виступають засоби створення комічного у сучасних англомовних серіалах.

Предметом даного дослідження є особливості перекладу мовних засобів створення комічного у серіалах з англійської мови на російську.

Мета роботи - виявлення особливостей перекладу мовних засобів створення комічного ефекту російською мовою в такому телевізійному жанрі як ситуаційна комедія.

Завдання, які були поставлені для досягнення мети:

- окреслити природу комічного та його форм;
- виявити лінгвальні засоби створення комічного;
- схарактеризувати поняття «кінопереклад» та визначити його характерні риси;
- установити особливості побудови мовного гумору в ситкомі;
- ідентифікувати мовні засоби, що використовуються у ситкомі для досягнення комічного ефекту;
- описати види і техніки перекладу засобів створення комічного у телесеріалі.

В якості основи для теоретичної частини виступили роботи таких вчених: Рюміна М. Т., Борев Ю. Б., Дземідок Б., Шестаков В. П., Худаваєдрова Н. П., Райс К., Ярміна Т. Н., Тамберг. Ю. Г., Числова Н. М.

Методи, що використовувалися в ході дослідження: метод суцільної вибірки, лінгвістичне спостереження та аналіз, класифікація, описовий метод, порівняльний метод.

Матеріалом для дослідницької частини наукової розвідки послужила американська ситуаційна комедія „Friends” та її відтворення російською мовою.

Практична значущість даної роботи полягає в можливості використання отриманих результатів для подальших досліджень перекладу в таких напрямках як психолінгвістика, лінгвокультурологія, когнітивна лінгвістика, а також в якості матеріалу при вивченні перекладу. Також, можливі подальші дослідження залежності якості перекладу, передачі і

збереження в ньому комічного ефекту від структури мови, на який здійснюється переклад.

Структура роботи: вступ, два теоретичні розділи та один дослідницький, висновки та список використаних джерел. Перший розділ розкриває суть комічного, його теорії і функції, описуються прийоми і засоби вираження комічного, явище мовної гри, види і техніки перекладу. У другому теоретичному розділі розкривається поняття кіноперекладу, приділяється увага його особливостям та відмінностям від художнього та літературного, досліджуються особливості гумору в кіно та його переклад. Третій розділ – дослідницький. Він містить детальний аналіз фактичного матеріалу у вигляді прикладів засобів створення комічного у ситкомі „Friends” та їх перекладу.

РОЗДІЛ 1 ПРИРОДА КОМІЧНОГО

1.1 Поняття комічного та його форми

Взаємини та сприйняття людиною світу, її точка зору та судження виражається в понятті картини світу, в структурі якого і міститься концепт «комічного» як фрагмент концептуальної картини світу та стійке культурно-національне уявлення про явище і ситуації.

Комічне постійно оточує нас у житті, часом компенсуючи негативні почуття, що складно уявити, якби людина не мала почуття гумору. Почуття гумору, дозволяє побачити смішну сторону неприємного явища, перетворює біль і гнів на усмішку і сміх. Як стверджував у своїх роботах Фрейд, то сміх можна вважати своєрідною економією почуттів [Фрейд 2006, с. 280].

Комічне, як правило, викликає сміх. Комедійний сміх містить в собі глибинну долю критицизму. Багато філософів, лінгвістів і психологів протягом довгих років намагаються виявити природу комічного, але питання як і раніше, залишається дискусійним, оскільки існують різні напрямки дослідження.

На думку Рюміної Марини Тулеуханівни в історії досліджень комічного природно розрізняти два напрямки:

- класичне (або філософське);
- психологічне [Рюміна 2010, с. 130].

Класичне розуміння комічного походить від Аристотеля і інших філософів античності і триває аж до теперішнього часу. В античності теорія комічного розглядалася в рамках такої науки як риторика. Одним з найбільш ранніх згадок терміна є визначення, залишене Аристотелем у «Поетиці» (335 р. до н. е). Ключовим поняттям і головним компонентом у визначенні Аристотеля є «потворне», яке є тотожне смішному. Однак, під

комічним Аристотель розуміє не недосконалість, яка приносить страждання і зачіпає; це свого роду компенсація негативних емоцій.

Психологічний напрям з'являється набагато пізніше. З кінця 19 століття філософські підходи до вивчення комічного стали поступатися дослідженням психологічним з огляду на зростаючий інтерес до природничих наук. Спирається цей напрям на досягнення конкретних наук про людину (психології, фізіології, лінгвістики та ін.).

Все частіше механізм сміху і смішного став розглядатися саме з психологічної точки зору. Психології сміху і гумору торкається Г. Спенсер, який побачив у сміху звільнення надлишку нервової, негативної енергії. Основою комічної веселості виступає легкість зміни порухів душі [Рюміна 2010, с. 47-48]. Також, питань психології сміху стосується засновник психоаналізу Зигмунд Фрейд у книзі «Дотепність і його відношення до несвідомого». Фрейд бачить підставу для комічного в інфантилізмі - недолік, що є недоречним дорослій людині. Комічне представляється як протилежність дорослому, зрілій поведінці, як щось наївне і простодушне [Фрейд 2006, с. 283].

Категорія комічного відображає протиріччя суспільного життя і недоліки людей. Вона є своєрідним розкриттям і оцінкою цих протиріч, формою їх критики.

Сміх і смішне є складовою частиною повсякденного життя людини і вивчаються психологами. За допомогою сміху люди борються зі стресом і депресією, також використовують його в якості захисної реакції на негативні ситуації. Сміх і різні його види (посмішка, сміх і т.д.) є проявом комічного, але між ними не можна поставити знак тотожності. Ожегов С.І. визначає сміх як щось смішне, гідне глузування (тобто об'єкт осміяння). Також, під сміхом може розумітися психологічний процес - висміювання недоліків або вад [Ожегов 1992, с. 756].

Крім того, комічне широко використовується з метою розваги. Особливо на телебаченні. У нашому дослідженні свою увагу ми акцентуємо саме на цій

функції комічного, оскільки досліджується ситуаційна комедія, сам жанр якої спрямований на гумор у всіх його проявах.

У свою чергу, Ян Хованец і Ізабель Ерміда підкреслюють необхідність гумору в житті і виділяють ще одну важливу його функцію: «ще однією функцією є відображення розуму і винахідливості. Наша оцінка гумористичної жарти чи історії принципово залежить від цього якості. Гумор, особливо груповий, може мати функцію просування солідарності серед членів групи шляхом підкреслення спільних рис» [Chovanec 2012]. З цієї думки випливає, що розуміння гумору іншої культури веде до зближення народів. Сьогодні телебачення дає нам можливість доторкнутися до чужої культури і ключовим компонентом в цьому ланцюзі стає переклад.

З вищесказаного випливає, що комічне володіє складною структурою. Поєднуючи різні аспекти як психологічні, так і соціальні, воно, також, володіє різними функціями.

Ніколас Холм впевнений у тому, що гумор дуже важливий, на доказ цього він розглядає значення з різних сторін. «По-перше, гумор є практично незаперечною естетичною категорією. По-друге, гумор може виступати основним аспектом медіа-індустрії. Вона заробляє значну частину свого прибутку завдяки виробництву та розповсюдженню ситуаційних комедій, комедійних фільмів, не кажучи вже про роль гумору в рекламі, відеоіграх, популярних публікаціях і інтернеті. Коротко кажучи, виробництво і споживання гумору є основним економічним інтересом» [Holm 2011].

Тлумачення поняття комічного є одним з найскладніших і дискусійних у філології. Перш ніж розглядати власне гумор як форму комічного, необхідно дати визначення самому поняттю «комічне» та встановити чітке розмежування з корелюючими йому поняттями, оскільки через широту та різноманіття поглядів на це питання може виникати термінологічний хаос, викликаний великою кількістю номінацій, таких як «сміх», «гумор», «жарт», «смішне», «веселе», «іронія», «сатира» тощо. І така плутанина та невизначеність в поняттях може лише зашкодити нашому дослідженню.

Комічне (від грец. *komikos* - веселий, смішний) - смішне, що викликає сміх, веселощі; засіб розкриття життєвого протиріччя шляхом висміювання. В основі комічного завжди лежить якась невідповідність, порушення норми. Ця невідповідність може бути на мовному рівні (нісенітниця, застереження, імітація дефекту мови, акценту, недоречне вживання іноземної мови), на рівні сюжетної ситуації (непорозуміння, одного героя приймають за іншого, помилкові дії), на рівні характеру (протиріччя між самооцінкою і справленим враженням, між словом і ділом, між бажаним і дійсним і т. д.). Протягом історії людства комічне втілюється в різних видах і формах. Слід зауважити, що представники різних наукових шкіл, традицій виділяють від двох (гумор і сатира) до семи (гумор, сатира, жарт, насмішка, іронія, гротеск, сарказм) основних форм, при цьому в деяких концепціях гумор і сатира розглядаються як дві рівноправні основні форми комічного, а решта (іронія, гротеск тощо) мають статус виразних засобів комічного, які використовуються гумором та сатирою [Дземідок 1974, с. 12]. У нашій роботі ми будемо дотримуватися погляду, в рамках якого виділяють чотири основні різновиди комічного у їх традиційній інтерпретації; зазначений погляд викладений у роботах Ю.Б. Борева, а саме:

- гумор;
- іронія;
- сатира;
- сарказм [Борев 1970, с. 38].

Сфера комічного надзвичайно різноманітна, вона реалізується в різних видах і формах. Залежно від того, чи відхиляється висміюване явище від норми або від ідеального уявлення і наскільки сильне це відхилення, чи схвалюємо ми його або засуджуємо, висловлюємо свою позицію явно чи приховано, ми можемо говорити про певні види комічного, які формуються.

Найбільш груба форма комічного - фарс, коротка сценка, яку зазвичай показували в балаганах на ярмарках. Сміх у фарсі викликають падіння людей, бійки тощо. Фарсове прийоми збереглися аж до епохи кінематографу.

Зусилля в пошуках сутності комічного привели до порівняльних аналізів естетичних категорій, які довели, що сфера комічного надзвичайно різноманітна і реалізується в різних видах і формах.

Двома основними видами комічного є гумор і сатира, які розрізняються за типом емоційного ставлення до об'єкта дійсності. Від м'якої, незлобивої критики в гуморі до викриття, безкомпромісного розвінчання в сатирі. Часто можна зустріти іронію як проміжне поняття між гумором і сатирою, проте, деякі дослідники виділяють іронію як окремий, самостійний вид комічного. Для більш конкретної диференціації цих понять скористаємося визначеннями Н. П. Худаведрової і Ю. Г. Тамберга:

Сатира - вид комічного, об'єктом якого є соціальні пороки, які мають широку суспільну значимість, порушення звичаїв і норм моралі [Худаведрова 2012, с. 111]. Як зауважує Ю. Г. Тамберг, це більш потужний засіб викриття і осміяння серйозних вад і недоліків. Сатира засуджує такі явища і вчинки як хамство, злодійство, свавілля, корупцію, нечесність [Тамберг 2005, с. 221].

На думку Н. П. Худаведрової, як об'єкт гумору виступають окремі недоліки, які смішні, або відносно терпимі. Гумор, на відміну від сатири, бачить в своєму об'єкті риси, відповідні ідеалу. Можна сказати, що гумор бачить за особистими недоліками - переваги, а за непривабливим - прекрасне [Худаведрова 2012, с. 98].

Іронія - це тонка прихована насмішка, навіть знуцання, наприклад, над необґрунтованими претензіями або коли говорять про бажане, як про вже існуюче в дійсності.

Крім цього, неможливо залишити без уваги поняття сарказму. Сарказм - це уїдлива, злісна, їдка насмішка, зла іронія над чимось ницим і порочним, їдке зауваження. Поряд з сатирою, сарказм викриває серйозні злочини [Тамберг 2005, с. 223].

Таким чином, комічне може існувати в різних видах і формах, в даній роботі ми виділяємо гумор, іронію, сатиру і сарказм як більш значущі.

1.2 Основні теорії комічного

Зусилля, спрямовані на виявлення сутності комічного привели до того, що стали проводитися порівняльні аналізи естетичних категорій. У зв'язку з цим, стало можливим виділення деяких основних теорій, в яких досліджується поняття комічного. Дземідок Б. в опублікованій ним книзі «Про смішне» виділяє шість теорій комічного:

- Теорія негативної риси об'єкта осміяння;
- Теорія розрядки;
- Теорія протиріччя;
- Теорія контрасту;
- Теорія відхилення від норми;
- Теорія пересічних мотивів [Дземідок 1974, с. 96].

Згідно негативного характеру об'єкта осміяння, комічне виникає в момент усвідомлення суб'єктом переваги над комічним об'єктом. Даною теорією дотримувався Аристотель.

В рамках теорії розрядки, комічне розглядається як афект, який виникає від вирішення напруженого очікування.

В теорії протиріччя комічне - це поєднання суперечливих сутностей. Теорія контрасту трактує комічне як реакцію на дисонанс явищ одного порядку. Причина сміху в такій теорії полягає в невідповідності очікуваному.

В теорії відхилення від норми об'єктом осміяння виступає явище, що відхиляється від норми або зовсім їй не відповідає.

Теорія пересічних мотивів ґрунтується на тому, що в ній виступає не один, а кілька мотивів, що пояснюють сутність комічного [Мусійчук 2012, с. 196].

Зіставляючи різні концепції комічного, Дземідок Б. приходить до висновку, що найбільш загальною теоретичною ідеєю є «відхилення від норми». Розбіжність об'єктивних властивостей предмета і його «норми»,

наявної в нашій свідомості, і є передумовою комічного [Борев 1970, с. 5]. У нашому дослідженні ми будемо дотримуватися цієї теорії, оскільки мовна гра сама по собі часто трактується як відходження від норми.

1.3 Природа і значення гумору

Емоційну сферу, здатність до емоційного життя людина успадкувала від своїх предків. Але в процесі розвитку інтелекту та мислення емоційне життя людини сильно змінилось. Серед властивостей, які досягли досить високого рівня розвитку, – таке явище психічного життя, як почуття гумору. Якись його передумови можна спостерігати у вищих тварин, але в розвиненому, сформованому вигляді – це суто людська, соціальна властивість, тобто властивість, яка проявляється в спілкуванні.

Сміх – це вроджена реакція, властива не лише людині, але й вищим тваринам. Немовля дуже рано починає усміхатися. Його усмішка і сміх – показники суто фізичного комфорту. До кінця третього місяця у немовляти з'являється усмішка не лише на безумовні подразники, але й на умовні.

По мірі зростання, розвитку та формування громадських зв'язків людини сміх набуває соціального значення, стає одним із засобів соціального спілкування.

У всі часи мислителі зверталися до проблеми гумору, намагаючись з'ясувати його природу, зрозуміти значення і функції – кожен знаходив щось нове і оригінальне в підході до вирішення цього завдання.

Одним з перших зробив спробу пояснити феномен гумору Платон. Платон вважав гумор негативним явищем, бо почуття це засноване на злобі і заздрості, особливо сміх, викликаний нещастям чи невдачею інших, або

глузування над нижчими за своїм становищем. Платон не намагався пояснити природу смішного, але зробив доволі важливий висновок про те, що сміх може мати серйозні наслідки, у тому числі для життя цілої держави.

Цицерон надав першу класифікацію прийомів дотепності. Він виділив два основних типи дотепності: або рівномірно розлита по всьому мовленню, або ж їдка і різка. [Цицерон 1994, с. 54] Він також зазначав, що один вид дотепності обіграє предмет, інший – слова. [Цицерон 1994, с. 59] Словесна форма дотепності включає в себе, за Цицероном: двозначність, несподівані висновки, каламбури, незвичайні тлумачення власних імен, прислів'я, алегорію, метафори, іронію. Це перша формальна класифікація прийомів дотепності.

Цицерон намагався поставити теорію гумору в рамки класичної риторики, але при цьому вважав, що гумор – властивість природна, яку неможливо вивчити.

Багато століть по тому, Гоббс, звертаючись до проблеми сміху, зазначав психологічну парадигму цього феномена. Він стверджував, що сміх – це завжди радість. Детермінувати сміх можуть різні події, загальне в них – щось нове і раптове: тоді у людини виникає відчуття тріумфу від того, що вона усвідомила щось значне в собі самій і порівняла це значне зі слабкістю інших або своєю неміччю в минулому [Гоббс 2001, с. 102].

Дж. Локк цікавився особливістю дотепною думки, яка відрізняє її від недотепної. Він розрізняє просте судження і дотепне, мета першого – уникнути хибності, яка заснована на випадковій схожості, а секрет дотепності полягає насамперед у подібності ідей та їх об'єднанні, швидкому і примхливому, яке надає почуття задоволення [Study experts].

Іммануїл Кант в «Критиці чистого розуму» стверджує, що «сміх є емоцією, яка виникає з несподіваного перетворення напруженого очікування в ніщо» [Іванов 2008]. Дотепний жарт повинен містити в собі щось таке, що ми спершу приймаємо за істину, ввести нас в оману, а в наступний момент обернутися у ніщо.

Б. Спіноза вважав сміх наслідком афекту задоволення, який виникає у разі побаченого в неприємній нам ситуації чогось, що може зневажатися. Спіноза дуже високо ставив значення сміху для духовного життя людини, за його словами «веселість не може бути надмірною» [Спіноза 1957].

Таким чином, гумор, почуття гумору – це здатність особистості виявляти, фіксувати й осмислювати комічне в навколишній дійсності і емоційно на нього реагувати.

Будучи фізіологічним вираженням задоволення, акт сміху і сам по собі приємний, викликає ейфорію, відчуття щастя і комфорту. Почуття гумору звичайно проявляється в умінні відшукати хоч щось комічне у ситуаціях, де, здавалося б, немає нічого смішного. Тобто можна навести велику кількість прикладів, коли за допомогою гумору вдається розрядити доволі напружену ситуацію. Проте, гумор також допомагає згуртувати колектив, збільшує шанси на ефективну співпрацю, дозволяє виходити переможцем з найскладніших ситуацій. Спілкування в позитивній атмосфері стає більш ефективним. Почуття гумору – це якість, яка є вкрай необхідною в нашому житті. Іноді воно рятує у безвихідних ситуаціях, допомагає подолати бар'єр у спілкуванні, дозволяє поглянути на поставлені завдання з іншого ракурсу. Гумор допомагає створити атмосферу невимушеності в спілкуванні. Коли ми сміємося разом з кимось, ми відчуваємо себе вільніше і ближче один до одного. Дійсно, почуття гумору у всіх пов'язане з відчуттям приємного. У той же час це важлива умова успіху. Гумор в спілкуванні займає важливе

місце і без нього багато хто навіть не уявляють собі спілкування. Почуття гумору – надзвичайно складне, тонке почуття і в спілкуванні його значення важко переоцінити.

1.4 Лінгвальні засоби створення комічного ефекту

Як вже можна було зрозуміти, гумор - явище соціальне і ось, що про це пише Марія Вейга: «висока ступінь соціальної взаємодії включає в себе гумористичні висловлювання, навмисні, або ненавмисні, які спираються на лінгвістичні формули» [Veiga 2009].

Виходячи з цитати Вейга М. стає ясно, що однією з форм вираження комічного є вербальна, саме вона цікавить нас в нашому дослідженні.

У філологічній та естетичній літературі нерідко спостерігається ототожнення і змішання форм і прийомів комічного. Існують дві відмінні одна від одної форми комічного: гумор і сатира. Деякі дослідники розглядають іронію в якості самостійної форми комічного. В силу своєї інтелектуальної зумовленості і критичної спрямованості іронія зближується з сатирою; разом з тим між ними проводиться грань, і іронія розглядається як перехідна форма між сатирою і гумором. Згідно з цим положенням, об'єктом іронії є переважно невігластво, в той час як сатира володіє нищівним характером, створює нетерпимість до об'єкта сміху, суспільної несправедливості. Іронія - засіб незворушної холодної критики [Бергсон 1992, с. 30].

Сатира являє собою вищу і гостру форму комічного. Іноді говорять про такі види комічного як гумор, сатира, гротеск, іронія, карикатура, пародія і т. д. Подібне виділення видів комічного виникає від змішання форм і прийомів комічного. Гротеск, карикатура, пародія входять в техніку

гіперболи і в сукупності становлять прийом деформації явищ, характерів. Ось чому їх не можна вважати формами комічного. Вони однаковою мірою служать як для сатири, так і для гумору. Безумовно, засоби і прийоми комічного з'являються не відразу, поступово з розвитком літератури збільшується їх кількість, збагачується зміст [Виноградов 2001, с. 118].

Багатозначність, омонімія, каламбур, іносказання, комічний контраст тощо є мовними засобами комічного. Неправомірно ставити в один ряд як чинники одного порядку насмішку, іносказання, гіперболізацію (і її види - гротеск, карикатуру, пародію, фантастику), комічну деталь, комічну інтригу, комічну ситуацію, комічний характер, контраст, каламбур і т. д. Деякі з них - алегорія, контраст, каламбур, та ін. розглядаються як особливі засоби [Бичков 2004, с. 422].

Засоби комічного в широкому сенсі включають різноманітні предмети та їхні деталі. Однак, говорячи про засоби комічного, ми маємо на увазі перш за все мовні засоби: епітет, метафора, гіпербола, літота, метонімія, порівняння та ін. Коло засобів комічного відоме: сюди відносяться всі значущі одиниці мови - слова, вирази, словосполучення, речення і тексти. Можливості кожної з цих одиниць у створенні комічного являються безмежними. Наприклад, в якості засобу комічного ми відзначили мовну одиницю, узагальнено іменовану «словом».

Роль слова в комічному мистецтві значно зростає. Говорячи про роль слова як про «засіб комічного», ми маємо на увазі функціонально-стилістичну роль загальноживаних слів, архаїзмів і діалектизмів, неологізмів, термінів і термінологічних слів, професіоналізмів, запозичень і вульгаризмів, жаргонізмів, власних назв осіб, предметів і простору, прізвиськ, звань і титулів [Бичков 2004, с. 205].

Відомо, що метафора, метонімія, порівняння, художні визначення (епітети) істотно розширюють семантичні можливості слова. У сатиричному мистецтві широко використовуються полісемантичність слів, омонімія, синонімія, антонімія і комічна гра слів. Вимовлення слів з іронічною інтонацією створює безмірне поле для їх семантико-комічного варіювання [Донченко 2013, с.76].

Комічний ефект створює також лінгвальне обігрування фігуральних висловів і афоризмів, паремій, фразеологізмів і т. д. Слід зазначити, що в мові прозових творів комічний характер омонімів, паронімів найчастіше виникає на ґрунті каламбурів, які роблять серйозний вплив на комічне вираження думки в діалозі.

Слід також зазначити, що каламбури в мові не обмежуються використанням лексичних омонімів, омоформи, омографів і паронімів; каламбури мають широкі можливості вираження, різноманіття форм. І все ж у діалогах гумористичних і сатиричних творів, особливо прозових, ці форми частіше за інших вживаються для створення комічних каламбурів. Відомо, що каламбур - це не просто гра слів. Використання каламбурів у художньому творі найчастіше пов'язано з висуненням і розвитком авторської ідеї [Бутовська 2004, с.74].

Каламбур спирається на значення слова, часто він пов'язаний з різним тлумаченням, несподіваним переосмисленням слова. Іноді слово вживається в зовсім іншому, оказіональному значенні. Сюди ж відноситься жартівливий етимологічний аналіз відповідно до складу мислення героя. У мові прози комізм з вживанням антонімів не обмежується критикою негативних якостей, притаманних окремим індивідам: він служить також для викриття суспільних вад та протиріч.

Антоніми виражають протилежності об'єктивної реальності і в мові прози. Однак в комічних творах загальний гумористичний або сатиричний фон надає комічний тон і антонімічним протиставленням. При цьому сторони, що є складовою контрасту, різко відрізняються, що тільки підсилює комічний вплив. Іноді комічне протиставлення сприяє розкриттю таємних намірів героя, служить викриттям його духовного світу [Сафонова 2013, с. 475].

Цікаві зразки комічних контрастів шляхом спільного вживання слів, які не співвідносяться, ніяк не пов'язаних між собою. Взагалі опис в одному реченні абсолютно несумісних, абсолютно різних і протилежних предметів і понять є одним з основних засобів вираження ефекту несподіванки. Ці засоби здавна використовувалися в світовій літературі [Челишева 2013, с. 152].

Зрозуміло, в художньому творі всі прийоми комічного пов'язані з мовою, оскільки художній твір створюється на основі мовного матеріалу. Однак не всі прийоми комічного знаходяться в однаково активних відносинах з лексичними і граматичними засобами мови. Наприклад, ситуативно обумовлені іронія, контраст, комічне перебільшення (гіпербола), применшення (літота), непорозуміння, несподіванки знаходяться в меншій залежності від складових елементів мови [Числова 2013, с. 88]. Засіб носить конкретний характер, прийом - загальний. Один і той же засіб може служити елементом декількох прийомів. Наприклад, комічний ефект слів може бути використаний і в іронії, і в формах деформації та ін. прийомах.

Засіб являється чимось матеріальним, конкретним, а прийом , в свою чергу, матеріально «невловимий», він абстрактний. Засоби комічного наявності: ми їх бачимо, читаємо, вимовляємо. Але прийоми не виводяться

з цих засобів: вони носять опосередкований характер. Так, наприклад, прийомом слід вважати ефект непорозуміння, коли вживання мовцем слова в одному значенні і розуміння його слухачем зовсім в іншому сенсі стає причиною комічної ситуації. Ефект непорозуміння, однак, зовсім не зводиться до одного лише комізму різної інтерпретації словесного змісту. Або ж як прийом ефект раптовості, несподіванки, зумовлений конситуацією, може бути створений самими різними мовними засобами. Засоби в високохудожньому творі можна уподібнити клітинам тканин організму. В такому випадку прийоми на базі цих клітин розкривають комічний пафос його «життєдіяльності». Сила комічного твору, значущість гумору і сатири залежать від вибору засобів, їх доречного використання, вмілого введення їх в текст [Сирцова 2014, с. 31].

Без комічних засобів неможливе формування комічного характеру і конфлікту. Сюжет комічного твору поступово навантажується засобами комічного, які за загальним ходом сюжету зумовлюють розвиток комічних прийомів. Мова сатиричних творів у матеріальному відношенні не відрізняється від мови несатиричних творів: мовні засоби комічного теж складаються з фонетичних, лексичних, фразеологічних і граматичних засобів [Сирцова 2014, с. 33].

Незважаючи на часте змішання форм, прийомів і засобів комічного, все ж розрізняють дві основні форми комічного: гумор і сатира. Серед прийомів створення комічного змісту виділяють: ситуативно обумовлену іронію, контраст, комічне перебільшення (гіпербола), применшення (літота), манеру непорозуміння, несподіванки. А серед засобів створення комічного виявляють епітети, метафори, порівняння, уподібнення, оксюморон, синонімію, антонімію і інші [Числова 2013, с. 88].

Комічне виражається безліччю способів, як свідомо, так і несвідомо, в тому числі вираження комічного може відбуватися за допомогою мовних засобів, переклад яких є об'єктом даного дослідження. Найважливішим із них, в рамках нашого дослідження, є мовна гра, яка широко використовується при побудові гумору в такому телевізійному жанрі як ситуаційна комедія.

Таким чином, у нашій роботі ми виокремлюємо дві головні форми або два ступені комічного – комізм гумористичний і комізм сатиричний, у яких закладено велике розмаїття засобів створення комічного ефекту гумористичного та сатиричного планів.

РОЗДІЛ 2 КІНОПЕРЕКЛАД ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Кінопереклад як об'єкт лінгвістичного дослідження є складною системою подання знань, що містять крім тексту ще й екстралінгвальні фактори, які необхідно враховувати при перекладі для досягнення максимальної точності тексту.

З початку свого існування кінематограф знаходиться в центрі уваги дослідників з різних областей наукового знання, думки яких сходяться в одному: як будь-який вид мистецтва, кіно має власну специфічну мову, елементи якої різноманітні, але в сукупності утворюють гармонійне ціле, коли актуалізуються в конкретному кінематографічному творі [Жуланова 2014, с. 56].

Мова кіно має свої особливості. Кінематографічний образ складається з трьох взаємопов'язаних компонентів: зображуваного ряду, саундтрека і діалогів. Перекладач може впливати тільки на останнє, тобто мовний рівень твору, а інформація, закладена в перших двох, залишається незмінною. Тим часом, і зображення, і звукове оформлення містять безліч соціальних і культурних алюзій і метафор, зрозумілих глядачеві оригінальної версії і можуть не сприйматися глядачами перекладеного фільму. Перекладач може відновити цю інформацію лише частково, наприклад, в перекладі пісень і надписів [Кант 1994, с. 236].

Метою художнього перекладу є «здійснення повноцінної міжмовної естетичної комунікації шляхом інтерпретації вихідного тексту, реалізованої в новому тексті іншою мовою» [Ярміна 2009, с. 166].

2.1 Поняття «кінопереклад» і його лінгвістичні особливості

Під терміном «кінопереклад» зазвичай мають на увазі переклад художніх ігрових і анімаційних фільмів, а також серіалів. Кінопереклад як процес полягає у літературній міжмовній обробці змісту оригінальних монтажних листів з подальшим ритмічним укладанням перекладеного тексту і його озвучування або введення в відеоряд в формі субтитрів [Горшкова 2006, с. 132].

Переклад художніх фільмів є особливим видом художнього перекладу. Його специфіка пов'язана, перш за все, з характером матеріалу і способом його презентації. Текст кіноперекладу, на відміну від інших видів перекладних текстів, має свої особливості. По-перше, він обмежений часовими рамками звучання: його необхідно синхронізувати з оригінальним текстом. А оскільки темп мови і граматичні структури в мовах різні, часто доводиться штучно стискати або розширювати текст. По-друге, текст кіноперекладу розрахований на миттєве сприйняття, отже, він повинен бути максимально інформативним і зрозумілим глядачеві. По-третє, він супроводжується відеорядом, який обумовлює вибір можливих варіантів перекладу: важливо враховувати зв'язок зображення і текстового матеріалу, приділяти однакову увагу вербальним і невербальним засобам вираження [Гайдук 1978, с. 125].

Кіно- та аудіо-візуальне мистецтво має свою власну складну мову. Власне текст є лише однією з багатьох його складових. Отже, по-перше, він багато в чому еліптичним і, по-друге, не може розглядатися ізольовано від інших елементів кіномови [Латишев 2003, с. 84].

Існує чотири основних види кіноперекладу: субтитри, дубляж, синхронний і закадровий переклад. Найбільша ступінь еквівалентності

перекладу вихідного тексту може бути досягнута в останньому, тому ми звернемося саме до нього. У своїй статті «Класифікація текстів і методи перекладу» на підставі критерію функції мови К. Райс виділяє в окрему групу аудіо-медіальні тексти, «зафіксовані в письмовій формі, але надходять до одержувача через немовних середу в усній формі (мовній або пісенній), яка сприймається адресатом на слух; причому екстралінгвальні допоміжні засоби в різній мірі сприяють реалізації змішаної літературної форми» [Числова 2013, с. 7]. Відмінною ознакою цієї групи текстів є наступна вимога до перекладу: він повинен забезпечити вплив на слухача тексту перекладу, тотожний тому, який чинив оригінал на слухача вихідного тексту [Шестаков 2010, с. 276].

У кіноперекладі важливо враховувати зв'язок зображення і текстового матеріалу, приділяти однакову увагу вербальним і невербальним засобам вираження. Однак буває важко підібрати еквівалент, коли фраза мовою оригіналу супроводжується характерним жестом. Часто мови жестів у різних культурах не збігаються. Іноді перекладач стикається з труднощами виключно технічного характеру: монтажний лист неповний, і потрібно перекладати діалоги, сприйняття яких на слух ускладнено - погоні, сварки, розмова пошепки і т.д. Часто буває необхідно вгадувати сенс діалогу з урахуванням зображуваного ряду і контексту [Ziv 1988, с. 357].

Переклад переносить фільм в інше культурно-історичне середовище, у твір, що створений режисером на основі культури, носієм якої він є, змінюється адресат. У його сприйнятті «чужого» явища неминучі неточності. Перекладач може впливати тільки на мовної рівень фільму, а інформація, закладена в саундтреку і зображуваному ряді, залишається незмінною [Ярміна 2009, с. 166]. Тим часом, і зображення, і звукове оформлення містять безліч соціальних і культурних алюзій і метафор, які є

зрозумілими глядачеві оригінальної версії і не сприймаються глядачами перекладеного фільму. Перекладач може відновити цю інформацію лише частково, наприклад, при перекладі пісень і написів, а також при введенні коротких пояснень в сам діалог. Як зазначає В.П. Гайдук, перекладач має справу з озвучуваною мовою, тобто, з проявами мовної свідомості того чи іншого народу. Отже, при перекладі важливо враховувати відмінність культур і картин світу творців фільму і узагальненого глядача версії, що перекладається [Ярміна 2009, с. 168].

Мова персонажів фільму є авторською стилізацією природної розмовної мови, в яку часто бувають включені різні реєстри спілкування - від офіційного стилю до вульгаризмів. Передача цих нюансів у перекладі для збереження стилю оригіналу представляє важке і одночасно цікаве завдання. При перекладі художнього фільму важливо не тільки зробити фільм зрозумілим новому глядачеві, а й зберегти задум оригіналу, уявити образи персонажів у заданому автором стилістичному ключі, тобто, відтворити засобами іншої мови цілісний твір [Бундуріна 2012, с. 69].

Необхідно також зауважити, що переклад фільмів є дуже специфічним процесом, який вимагає від перекладача ерудованості, знань сучасних мовних реалій та неперевершеного почуття мови, так що просто бути хорошим перекладачем буде недостатньо. У кіноперекладі перекладач зобов'язаний враховувати зв'язок зображення і текстового матеріалу, приділяючи однакову увагу вербальним і невербальним засобам вираження [Горшкова 2006, с. 134].

При перекладі аудіовізуального тексту перед перекладачем ставляться особливі проблеми, тому переклад фільмів розподіляється на 2 етапи:

- Міжмовний переклад фільмів, в якому розглядаються системні розбіжності між мовами: переклад безеквівалентної лексики, відхилення

від літературної норми мови; передача гумору і прагматичних конотацій. При перекладі фільмів недостатньо керуватися лише друкованим варіантом, переклад повинен бути зрозумілим і гармонійно поєднуватися з іншими семіотичними компонентами аудіовізуального тексту [Фестінгер 1957, с. 126].

- Внутрішньомовний переклад «становить специфіку безпосередньо самого перекладу фільмів, що включає комплекс завдань по гармонізації «нового вербального компонента» і «старих» паралельних семіотичних компонентів аудіовізуального тексту. Особливі проблеми на цьому етапі пов'язані з синхронізацією довжин реплік персонажів і руху губ. Якщо глядач чітко бачить у персонажа білабіальний звук, завдання перекладача підібрати такий варіант перекладу, в якому присутній звук саме цього типу, інакше психологічно різниця між побаченим і почутим викликатиме когнітивний дисонанс» [Фестінгер 1957, с. 127].

Будь-який фільм передбачає наявність різної лексики, яка вживається в різних значеннях, з різним емоційним забарвленням і може нести, в кожному з випадків різне смислове навантаження. Перекладач повинен знати, що одне з головних значень при перекладі фільмів має правильна передача інтонації мовця. Різні фрази при різному інтонаційному забарвленні можуть мати абсолютно різні значення [Донченко 2013, с. 77].

Переклад в кіно - специфічний вид перекладу, для здійснення якого, перекладач повинен, крім знання мови, вміти розуміти сенс оригінального повідомлення і перефразувати його на рідну мову, зберігаючи тональність і прагматичний ефект. На відміну від літературного перекладу, кінопереклад створюється не тільки мовними засобами, а являється лише більш-менш важливим елементом великого цілого. Характерно, що він не може обходитися без позамовного (технічного) середовища і немовних графічних,

акустичних і оптичних форм вираження. Лише ця єдність створює необхідну змішану літературну форму як ціле.

При кіноперекладі необхідно зберігати інваріантність на рівні плану змісту, але, крім того, пристосовувати мовний синтаксис до потреб мови перекладу. У тексті, призначеному лише для читання, це робити необов'язково [Шестаков 2010, с. 281].

Під поняттям «кінопереклад» ми розуміємо особливий вид перекладу, специфіка якого полягає у передачі змісту через слуховий та зоровий канали та різні види кодів синхронно з тим, що зображено на екрані.

Таким чином, кінопереклад має такі диференційні ознаки: а) наявність двох каналів сприйняття – зорового та слухового, які взаємодіють та доповнюють один одного; б) підпорядкування перекладу зображенню на екрані; в) відсутність в арсеналі перекладача можливостей тлумачення невідомих для нової цільової аудиторії понять; г) домінування принципу забезпечення прагматичного ефекту.

2.2 Основні відмінності кіноперекладу від перекладу літературного і художнього

Сьогодні кінематограф є одним з найвпливовіших засобів комунікації, саме тому дослідники все більше цікавляться цим унікальним культурним явищем і його перекладом. На думку С.С. Зайченко, кінематограф - це явище відоме своїм стрімким розвитком, глобальним поширенням і впливом на глядацьку аудиторію в світових масштабах. Синтезувавши досягнення літератури, образотворчого мистецтва, музики і театру, кіно створило нову

мову, в якій органічно переплелися різноманітні виразні засоби [Карасик 2001, с. 53].

Особливим видом художнього перекладу є переклад художніх фільмів. Він докорінно відрізняється від інших видів перекладу, оскільки має свою специфіку: він обмежений часовими рамками звучання, а оскільки мови мають різні граматичні конструкції, темпи мови, перед перекладачем часто стоїть надскладна задача - штучно стиснути або ж, навпаки, розширити вихідний текст. Інша відмінність кіноперекладу від перекладу художнього і літературного – це миттєве сприйняття інформації. Тому текст повинен бути максимально точним і зрозумілим глядачеві, при цьому важливо пам'ятати про те, що текст супроводжується відеорядом і необхідно враховувати збіг вербальних і невербальних засобів вираження мови. Напевно одна з найголовніших відмінних рис кіноперекладу від літературного – це те, що кінопереклад повинен виконуватися паралельно з переглядом відео і при цьому, перекладач зміг би підібрати такий варіант перекладу, при якому фраза мовою перекладу, закінчувалася і починалася б одночасно з фразою мови оригіналу.

Особливості кіноперекладу в порівнянні з іншими типами перекладу визначаються, перш за все, багатоаспектністю семантичного коду об'єкта цього типу перекладу - аудіовізуального тексту. Передача вербальної та невербальної інформації здійснюється в аудіовізуальному тексті одночасно по двом каналам - акустичному і візуальному, і лінгвальний код перестає відігравати значну роль [Горшкова 2006, с. 138].

Стильова приналежність визначає включення в перекладознавчий аналіз аудіовізуального тексту, а також аналізу передачі фонетичних особливостей мови персонажів, таких як індивідуальних, соціолінгвістичних, регіональних особливостей. В аудіовізуальному тексті

ці особливості мають смислову і стилістичну значущість, їх передача при перекладі визначається складною природою аудіовізуального перекладу і обмеженнями, що накладаються на такий переклад [Горшкова 2006, с. 138].

Стосовно будь-якого сценічного твору може бути актуальною теза Жоржа Мунена, незалежно від того, чи повинен письмовий текст бути віднесений до типу текстів, що орієнтовані на зміст, форму або звернення. Важливіше ніж вірність лексиці, граматиці, синтаксису і навіть стилю окремо взятого речення тексту є вірність тому, що забезпечує твору сценічний успіх на його батьківщині. Перекладати слід сценічну дійсність, а вже потім звертатися до відтворення літературних і поетичних властивостей. І якщо при цьому виникнуть конфлікти, перевагу слід віддати сценічній дійсності. Перекладати слід не (написаний) текст, а мову (яка звучить) [Ярміна 2009, с. 179].

К. Райс переклад фільмів відносить до окремої групи текстів, які називає аудіо-медіальними. До них вона відносить тексти, зафіксовані у письмовій формі, але що надходять до одержувача через немовне середовище в усній формі, що сприймаються ним на слух, причому екстралінгвістичні допоміжні засоби в різному ступені сприяють реалізації змішаної літературної форми [Райс 1978, с. 34]. Розглянемо детальніше особливості аудіо-медіальної групи текстів, до якої відносяться фільми.

Як вказувалося вище, аудіо-медіальні тексти створюються не тільки мовними засобами, вони є лише більш менш важливими елементами крупнішого цілого. Характерно, що вони не можуть обходитися без позамовного (технічного) середовища і позамовних графічних, акустичних і оптичних форм виразу. Лише ця єдність створює необхідну змішану літературну форму як ціле [Райс 1978, с. 35].

Тож не дивно, що при перекладі різноманітних видів текстів, що відносяться до аудіо-медіального типу, постають дуже різні за своїм характером проблеми. Вирішувати їх можна, тільки повністю з огляду на немовні елементи, вплив яких варіюється від одного типу тексту до іншого [Parret 1980, с. 45].

Узагальнюючи вищеподану інформацію можна констатувати, що метод перекладу аудіо-медіальних текстів повинен забезпечити вплив на слухача тексту перекладу, тотожне тому, який чинив оригінал на слухача вихідного тексту. При певних обставинах це може служити підставою для більш значних відхилень від форми і змісту оригіналу, ніж постулювалося для перекладу текстів, що орієнтовані на звернення [Ярміна 2009, с. 181]. При дубляжі фільмів врахування цього критерію іноді настільки важливе, що переклад набуває лише допоміжного характеру: в цьому крайньому випадку він служить лише основою для остаточного формулювання синхронного тексту.

Все це повинен враховувати не тільки перекладач, але і критик. Якщо від перекладу тексту, орієнтованого на зміст, він очікує інваріантності плану змісту, від перекладу тексту, орієнтованого на форму, - аналогії форми і естетичного впливу, від перекладу тексту, орієнтованого на звернення, - тотожності ефекту, що відповідає зверненню, то при кіноперекладі слід перш за все оцінювати, наскільки вдалося врахувати особливості немовного середовища, які були присутні в оригіналі, і ступінь участі додаткових засобів вираження в створенні цілісної змішаної літературної форми [Макарян 1967, с. 217].

2.3 Гумор у кіно та особливості його перекладу

Особливий інтерес для теорії перекладу представляє питання про передачу комічного ефекту при перекладі кіно. Комічне має певні особливості, функції, жанри і форми. Комічна картина світу кожного народу є специфічним утворенням, тому те, що є смішним для однієї культури, для іншого таким може не здатися. Спільною особливістю комічного є орієнтація на сміхову реакцію, яка є результатом створення комічного, таким чином, комічне має бути підтримано реакцією адресата [Борев 1997, с. 412].

Для початку потрібно визначити поняття кінокомедія - «це один з найпоширеніших жанрів у світовому кінематографі, проте в кожній окремо взятій культурі цей жанр має свою специфіку» [Зайченко 2013, с. 98].

Переклад в кіно вимагає від перекладача орієнтації не тільки на вербальне повідомлення, але і на екранне зображення, яке може підкріплювати візуальний ряд або суперечити йому. При цьому перекладач весь час повинен вибирати форму і зміст, зберігати сенс і передавати комічний ефект. У ситуаціях міжмовного перекладу усі стратегії здійснюються в когнітивному інформаційному полі, зовнішні кордони якого визначаються контекстом ситуації, а конкретні перекладацькі рішення залежать від здатності перекладача використовувати відповідний потенціал поля [Райс 2002, с. 203].

Завдання перекладача ускладнюється тим, що «йому необхідно враховувати не тільки змістовні особливості гумору, але і мовні форми, які задіяні в створенні комічного ефекту» [Зайченко 2013, с. 99]. У такій

ситуації перекладач повинен шукати або еквіваленти в своїй культурі, або доповнювати текст поясненнями, що не завжди може бути можливим.

Звідси «очевидно, що відносини між культурою-відправником і культурою-одержувачем не завжди можуть будуватися однозначно» [Ярміна 2009, с. 180].

Комічний ефект часто створюється на основі міцного зв'язку вербальних і невербальних засобів вираження, і перекладач, відтворюючи його іншою мовою, може зіткнутися з проблемою, яка не буде залежати від стажу і рівня професіоналізму перекладача.

2.4 Сучасні лінгвістичні теорії гумору

Зарубіжна наука традиційно приділяє багато уваги проблемам гумору. Інтерес до комічного в даний час актуалізується, по-перше, необхідністю досліджувати одну з фундаментальних проблем антропоцентрического мовознавства «мова і емоції»; по-друге, прагненням вчених описати естетику постмодернізму з його іронічним переосмисленням дійсності. Досліджуються різні аспекти комічного: філософсько-естетичний, біопсихологічний, літературознавчий, соціокультурний, лінгвістичний [Жуланова 2014, с. 54].

Дослідників гумору всіх часів об'єднує одна спільна риса. Вони досліджували гумор і його прояви в точності так само, як вчені досліджують природні явища. Тобто: як об'єктивне явище, що існує незалежно від самих дослідників. Швидше за все, гумор був притаманний людству з моменту його виникнення, а не виник пізніше, з розвитком

цивілізації. Більш того, на думку деяких спостерігачів, гумор спостерігається і у тварин, причому деякі риси гумору тварин і людини мають певну схожість.

Звісно, що в основі наукової концепції смішного має бути прийнято, що гумор - один з найбільш базових видів людської діяльності. Звідси випливає логічний висновок про те, що він є одним з найбільш примітивних видів цієї діяльності. У сучасному суспільстві почуття гумору цінується дуже високо.

Одним з найпродуктивніших напрямків сучасних теорій вербального гумору є когнітивний. Вивчаючи лінгвокогнітивні властивості людської свідомості, найважливішими з яких в контексті вивчення гумору є рефлексія навколишнього середовища та дійсності і формування стереотипного сприйняття, вчені відкривають і описують нові сторони сутності категорії комічного. Саме в цьому напрямку активно ведуться найбільш перспективні дослідження вербальної сторони даної категорії. Характерно, що явища розглядаються в їх динаміці. Такий підхід до вивчення лінгвістичного матеріалу дозволяє подолати функціональний бар'єр і описати всі компоненти значення (лексичні, семантичні та прагматичні), які проявляються в процесі продукування та інтерпретації комічного [Челишева 2013, с. 114].

Базовим положенням, з якого виходять сучасні теоретики гумору, є мотив вирішення протиріччя. Сприймаючи комічне, суб'єкт користується деякими підсвідомими когнітивними правилами, за допомогою яких суперечливий, на перший погляд, елемент стає конгруентним ситуації або тексту. Багато вчених відзначають, що кількість когнітивних правил незліченна так само, як і загальна кількість жартів, що пов'язано з безмежною лінгвокреативною здатністю людини [Гайдук 1978, с. 132].

Теорія бісоціації А. Кестлера, семантична теорія В. Раскіна, пізніше дороблена в комплексну лінгвопрагматичну і когнітивну загальну теорію вербального гумору С. Аттардо, що виходять з положення про бісоціативність структури комічного. У нашій свідомості існують так звані асоціативні контексти дійсності - скрипти. За визначенням С. Аттардо, скрипт - це структурована інформація про який-небудь об'єкт дійсності, що зберігається в нашій свідомості. Будь-який скрипт має певну структуру і складається з наступних компонентів: учасників, ролей, які вони виконують, характерних ознак даних учасників, відносин, які склалися між учасниками, частин скрипта, тобто дій, що здійснюються учасниками, місця, в якому відбуваються такі дії, і мети, заради якої здійснюються дії [Dyner 2011, с. 59].

Механізм сприйняття комічного полягає в різкому переключенні ходу думок з одного асоціативного контексту в інший за допомогою тригера - лексичного сигналу, в результаті якого виникає бісоціативний шок, що проявляється за допомогою сміху [Латишев 2003, с. 97]. С. Аттардо розробив систему параметрів, які важливі в процесі продукування і сприйняття вербального гумору. До них він відносить такі [Райс 2002, с. 218]:

- Мова - вибір і порядок слів, використання і розташування функціональних елементів тощо.
- Стратегія оповідання - жанр смішного тексту.
- Мета - комічне в основному націлене на осміювання соціальних стереотипів.
- Комічна ситуація - персонажі, їх діяльність, об'єкти, обстановка та ін.
- Протиставлення скриптів.

- Логічний механізм - логічна операція, необхідна для вирішення невідповідності.

Центральним і обов'язковим параметром є «Протиставлення скриптів». Саме він забезпечує створення комічного ефекту і співвідноситься з появою суперечності, а «Логічний механізм» - з його вирішенням. Таким чином, ця теорія дає комплексну схему опису вербального комічного, торкаючись проблеми структури мови (параметр «Мова»), дискурс-аналізу (параметр «Стратегія оповідання»), соціолінгвістики (параметри «Мета» і «Комічна ситуація») і когнітивістики (параметри «Протиставлення скриптів» і «Логічний механізм»). Останній параметр привертає найбільшу увагу дослідників-когнітологів, оскільки саме він пояснює логічні операції, необхідні для вирішення протиріччя. Використовуючи метод концептуального відображення маппінга, вчені досліджують механізми, які є поєднувальними елементами протиставних скриптів [Фестінгер 1957, с. 251].

Ці ідеї розвиваються в статті «Вирішення та їх невідповідності: розвиток ідеї логічних механізмів» Крістіана Хемпельмана і Сальватора Аттардо. Автори виявляють логічний механізм «зсуву невідповідностей» в комічних контекстах. Важливим висновком є те, що для появи комічного ефекту необов'язково повне розв'язання суперечності. Це переконливо підтверджується емпіричними даними [Attardo 2002].

Існує і багато інших лінгвістичних теорій комічного, наприклад, прагматична теорія поступового акцентування, що розробляється групою вчених під керівництвом Рейчел Джіора. У своїх роботах Джіора теж посилається на ідеї виникнення подвійного значення, яке проявляється в двох несумісних інтерпретаціях [Giora 2003, с. 43]. Вона висуває гіпотези поступового усвідомлення явної інформації та необхідності маркування

прихованої інформативності. Її підхід заснований на припущенні, що некомічна інформація обробляється в нашій свідомості лінійно і поступово, а гумор передбачає несподіваний стрибок контрастної інформативності, який повинен бути позначений явним семантичним елементом.

Крім теорій, які розкривають сутність комічного, постійно з'являються дослідження, в яких розробляються механізми продукування і сприйняття гумору. Однією з таких теорій є тричастинна теорія механізмів сприйняття жартів, запропонована польською дослідницею Мартою Дайнел. На її думку, всі жарти діють відповідно до трьох механізмів: механізм садової доріжки, механізм перехрестя, механізм червоного світла світлофора. Вона виходить з класичного положення про те, що жарт складається з двох структурних елементів: зачину і кульмінації. Матеріалом для її дослідження послуговували жарти, анекдоти, що складаються з однієї репліки, а також комічні загадки - так звані «консервовані жарти» [Dybel 2009, с. 73].

Механізм садової доріжки. Багато жартів будуються за таким принципом: в зачині дається інформація, що володіє прихованою багатозначністю таким чином, щоб для реципієнта було доступно лише одне, найочевидніше значення, а за допомогою кульмінації актуалізується інше значення, що змушує переглядати зміст усього тексту [Dybel 2009, с. 88]. «Сіль» жарту демонструє невірну інтерпретацію попереднього тексту, підкреслює його неоднозначність і скасовує першу інтерпретацію.

Таким чином, в процесі реінтерпретації з'являється альтернативне значення, конгруентне кульмінації, що призводить до виникнення комічного ефекту. У довгих гумористичних текстах, таких як байки, анекдоти та ін., найчастіше перегляду потребує не весь зачин, а тільки неоднозначний елемент. Прихована неоднозначність може носити семантичний або прагматичний характер. Семантичні неоднозначності в зачині найчастіше

актуалізуються за допомогою омонімії, полісемії, деїдіоматизації [Dyrel 2009, с. 89].

Синтаксична неоднозначність – порівняно рідкісне явище, і, якщо воно виникає, його завжди можна пояснити через лексичну неоднозначність, так як зміщення в граматиці зазвичай тягне і лексичне зміщення [Dyrel 2009, с. 89]. Наприклад в одній із серій телесеріалу «Friends», Чендлер каже: *I do not think much of Phoebe* - *Я не високої думки про Фібі*. При перекладі, перекладач може припуститися помилки, якщо фразу *think much of smb*, прийме за вільне словосполучення і переведе її *мало думати про когось*, в той час як ця фраза перекладається як *бути високої думки про будь-кого*.

Механізм перехрестя. Згідно М. Дайнел, в процесі сприйняття деяких жартів реципієнт до самої кульмінації не знає і не може спрогнозувати подальший хід подій, відчуває якусь розгубленість. Він ніби знаходиться на перехресті кількох альтернативних напрямків. Основа розглянутого механізму - абсурдний елемент в зачині, який перешкоджає процесу інтерпретації. Механізм перехрестя властивий великій кількості комічних текстів, заснованих на особливій «локальній логіці» [Dyrel 2009, с. 93], яка забезпечує специфічне розв'язання суперечності. Згідно А. Зіву, локальна логіка дає пояснення будь-якої невідповідності в рамках реальності, представленої в жарті. Таким чином, неправдоподібність просто маскується за допомогою, наприклад, адекватної структури жарту [Ziv 1988, с. 145].

Важливо відзначити, що в жартах, які «працюють» за допомогою такого механізму, може виникати не одне, а два і більше протиріччя. Однак центральне завжди проявляється до кульмінації. Фонові протиріччя містять в собі всю «сіль» жартів. Вони ж сприяють створенню, а іноді й інтенсифікації комічного ефекту [Dyrel 2009, с. 99].

Важливим аспектом роботи механізму є той факт, що реципієнт усвідомлює, що природа тексту, який сприймається, - комічна, і може припускати, що в момент настання кульмінації жарту протиріччя буде знято, однак сутність цього зняття не піддається прогнозуванню. Це зауваження, між іншим, підтверджує лише часткову вірогідність однієї з канонічних теорій комічного - теорії обманутого очікування: далеко не у всіх випадках прояву комічного реципієнти здатні прогнозувати хід подій [Dyner 2011, с. 71].

Механізм червоного світла світлофора. У процесі сприйняття жартів, що діють відповідно до третього механізму, який виділяє М. Дайнел, реципієнт безперешкодно інтерпретує те, що відбувається, поки несподівано не зіштовхнеться з кульмінацією, яку автор теорії образно називає «червоним світлом». Заключна частина комічного тексту вирішує протиріччя, що почалося після короткої паузи, однак робить це таким чином, щоб реципієнт не міг спрогнозувати подібне завершення. Таким чином, в жартах, які працюють за механізмом червоного світла, «сіль» самого жарту не руйнує первинну інтерпретацію зачину. Крім того, центральне протиріччя виникає саме в момент кульмінації, а не до нього, хоча локально логічні, вторинні, невідповідності можуть перебувати і в зачині. Іншими словами, в даному виді комічних текстів центральне протиріччя виникає в кульмінаційній частині і там же вирішується завдяки якому-небудь когнітивному правилу [Dyner 2009, с. 105].

Таким чином, всі розглянуті нами теорії походять від ідеї вирішення невідповідності; вони враховують когнітивні механізми продукування і сприйняття комічного. Крім того, якщо спочатку подібні теорії використовувалися лише для вивчення статичного матеріалу: жартів, анекдотів та іншого, то зараз, з їх розвитком і вдосконаленням, для

вивчення стають доступними явища живої, спонтанної мови з урахуванням комунікативної ситуації і соціальної реальності.

2.5 Проблеми перекладу гумористичних текстів російською мовою зі збереженням комічного ефекту

Категорія комічного - це одна з основних категорій в естетиці, поряд з категорією прекрасного, піднесеного, трагічного. У процесі дослідження категорії комічного виникає багато складнощів у зв'язку з різноманітністю термінів, що мають відношення до даної категорії. Не можна собі уявити життя без гумору. Гумор - це життя, це стан. Людина без гумору дуже часто впадає в безпідставний песимізм. Ця людина ненавидить весь світ і тільки гумористичний погляд на життя допомагає подолати нудьгу.

Поняття «гумор» є не тільки загальнолюдським, але в той же час глибоко національним. У тому, як і над чим жартують в різних країнах, виявляються загальні закони гумористичної картини світу, але це загальне реалізується в конкретних формах, які визначаються особливостями національного характеру, культурних традицій, соціального устрою [Челишева 2013, с. 32].

Почуття гумору є індивідуальною характеристикою людини. Воно або є у людини, або зовсім відсутнє. Також і національний гумор має певний набір особливостей, які відрізняють його від інших. Англійський та російський гумор не стали винятком, кожен з них має свої особливості і сприймаються як національна риса характеру [Челишева 2013, с. 34].

Американський гумор відрізняється своєю різноманітністю через те, що на просторах Америки живуть люди різної національності і він зібрав в себе безліч елементів гумору від них. Американський гумор може бути як і нахабним та різким, так і добрим, тонким.

Незважаючи на всю різноманітність культурних впливів, які сформували американську націю, фундаментом американських традицій є англосаксонська культура. Державною мовою США є англійська мова, а американський фольклор і література стали продовженням британських. Американський гумор - це відкритий, відчайдушний і одночасно розумний гумор. Він був засобом відволіктися від непередбачуваного і небезпечного життя, розрядити напружену обстановку.

Треба відзначити, що в історії Сполучених Штатів відсутній міфологічний епос з його богами і героями, які здійснюють епохальні вчинки. Місце міфів і міфологічних героїв зайняли персонажі з народного фольклору. Творцями фольклору в Новому Світі були, на відміну від населення Європи, першопрохідці-кочівники, які відрізнялися грубим гумором, любов'ю до свободи і меркантильними інтересами.

В американській традиції комічного переважає гучний, відкритий сміх, наповнений нісенітницями, перебільшеннями, чорним гумором. Приїжджає велика кількість емігрантів і вони додають в американську культуру свої традиції і гумор. Багато американських гумористів і коміків є емігрантами в першому поколінні. Однак, найпомітніший вплив на сучасний американський гумор чинить індустрія масової культури, яка формує смаки аудиторії всієї країни. Різкий стрибок, який зробила індустрія масової культури за ХХ століття, повністю змінив світогляд суспільства [Шестаков 2010, с. 141]. Жителям інших країн не зрозумілий американський гумор,

але тільки тому, що їм не зрозумілий американський спосіб життя, їхній національний характер і багато іншого.

Що стосується російського гумору, то багато інших національностей його вважають, що він гострий і різкий, часто грубий і непристойний. Так само, як і американський гумор, росіянин не завжди зрозумілий людині з іншої країни. Важливою особливістю російського гумору є вплив слова і подальша реакція на нього. Ефект несподіванки і непередбачуваності викликає «енергію дії». Характерною рисою російського гумору є також прагнення до модифікації. Російський гумор має властивість змінюватися, набуваючи глибокі смисли і нові форми, що характерно особливо для сучасного гумору [Шестаков 2010, с. 183].

Природа російського гумору вважається доброю. Він нікого не принижує, він є повчальним, просвітлює. Для нього характерна природність, простота, яку людина сприймає як щось загальновизнане, але в той же час безглузде. Основним завданням російського гумору є висвітлення та відображення загальновизнаних помилок або вад, їх усвідомлення і вміння подати у високому літературному гумористичному плані. Російський гумор дуже повно і точно показує, як еволюцію особистості, так її деградацію [Челишева 2013, с. 195].

Особливий інтерес для теорії перекладу представляє питання передачі комічного ефекту в перекладі кіно. Перед дослідниками стоїть завдання, яке полягає в тому, щоб визначити, наскільки можливим є передача комічного ефекту, і чи можна вважати результат такої трансляції хорошим перекладом.

Для початку потрібно визначити поняття «кінокомедія», оскільки кінематографічні тексти є окремим типом текстів, а отже і засоби створення комічного в них мають свою специфіку. Ми будемо розуміти

кінокомедію як «один з поширених жанрів у світовому кінематографі, проте в кожній окремо взятій культурі цей жанр має свою специфіку» [Зайченко 2013, с. 96].

Переклад у кіно вимагає від перекладача орієнтації не тільки на вербальне повідомлення, але і на екранне зображення, яке може підкріплювати аудіоряд або суперечити йому. При цьому перекладач весь час повинен вибирати форму і зміст, зберігати сенс і передавати комічний ефект. У ситуаціях міжмовного перекладу всі стратегії здійснюються в когнітивному інформаційному полі, зовнішні кордони якого визначаються контекстом ситуації, а конкретні перекладацькі рішення залежать від здатності перекладача використовувати відповідний потенціал поля [Райс 2002, с. 206].

Завдання перекладача ускладнюється тим, що «йому необхідно враховувати не тільки змістовні особливості гумору, але і мовні форми, які задіяні в створенні комічного ефекту» [Зайченко 2013, с. 97]. У такій ситуації перекладач повинен шукати або еквіваленти в своїй культурі, або доповнювати текст поясненнями, що не завжди може бути можливим. Звідси «очевидно, що відносини між культурою-відправником і культурою-реципієнтом не завжди можуть будуватися однозначно» [Ярміна 2009, с. 166].

Звісно, що у перекладача, який працює з вихідним текстом і має справу з каламбурами і культурними відмінностями, може статися когнітивний дисонанс, оскільки при аудіовізуальному перекладі, перекладач не може відходити від плану, оскільки каламбури можуть спиратися на деякі невербальні знаки. Особливим жанром аудіовізуальної майстерності є комедійні серіали. Перекладач повинен застосовувати до них особливий підхід, особливий вид тексту - кінотекст. «Кінотекст - це повідомлення, що

містить інформацію і викладене в будь-якому вигляді і жанрі кінематографа (ігровий, документальний, анімаційний, навчальний, науково-популярний фільм), виражене за допомогою вербальних і невербальних знаків і призначене для аудіовізуального сприйняття глядачами» [Kolbert 1994, с. 43].

Комічність серіалу побудована на каламбурах і грі слів, що часто є дуже тонкою і вимагає від глядача великої уважності та знань різних сфер [Шестаков 2010, с. 188]. Дуже часто в серіалі використовуються різні акценти, нестандартно вимовляються ті чи інші звуки англійської мови, використовується величезні речення, які додають комедійності зображуваній ситуації. З цього випливає, що перекладач зустрічається з проблемою адекватної передачі гумору серіалу при перекладі на іншу мову.

Багато перекладачів стверджують, що передача комічного ефекту в аудіовізуальному перекладі є найважчим завданням, з якою вони часто не можуть впоратися. Наприклад, коли перекладач не досягає бажаного ефекту, і вся комічність втрачається. В результаті глядач бачить картину і чує закадровий сміх, але не може зрозуміти суть жарту. Такий вид помилки називається ефектом обманутого очікування. Ефект обманутого очікування заснований на передбачуваності і порушенні передбачуваності. І.В. Арнольд стверджує, що «суть ефекту обманутого очікування полягає в наступному: безперервність, лінійність мови означає, що поява кожного окремого елемента підготовлено попередніми і самостійно готує наступні» [Арнольд 2009, с. 287]. Оскільки і каламбури, і гра слів часто спираються на невербальні засоби вираження, у перекладача часто виникає когнітивний дисонанс, пов'язаний зі складністю передачі комедійного жанру. В результаті, сприйняття іншомовного матеріалу, може дуже сильно

варіюватися під дією перекладу і, навряд чи, завжди буде ідентично реакції початкової цільової аудиторії [Арнольд 2009, с. 329].

Отже, переклад комедійних серіалів являє собою складну перекладацьку проблему, оскільки лінгвосеміотична структура тексту комедійного серіалу та інтертекстуальність є чинниками, що зумовлюють когнітивний дисонанс перекладача. Відповідно до теорії когнітивного дисонансу в разі виникнення дисонансу індивід буде всіма силами прагнути знизити ступінь невідповідності між двома своїми установками, намагаючись досягти консонанса. Стосовно перекладу комедійних серіалів, подолання когнітивного дисонансу для перекладача полягає в породженні тексту мовою перекладу, який по рівню комічного ефекту не поступався б і максимально наближався б до тексту іноземною мовою. Звідси випливає, що переклад комедійних серіалів у зв'язку з труднощами, які створюються наявністю гри слів і жартів, що побудовані на культурних феноменах, вимагає неймовірної майстерності від перекладачів або часто навіть вміння вигадувати жарти.

РОЗДІЛ 3 СПОСОБИ ПЕРЕДАЧІ КОМІЧНОГО ЕФЕКТУ В КІНОПЕРЕКЛАДІ ТЕЛЕСЕРІАЛУ „FRIENDS” НА РІЗНИХ РІВНЯХ МОВИ

Для того, щоб фільм став кінокомедією в ньому використовуються мовні та позамовні засоби створення ефекту комічного, які є домінантою всіх кінематографічних творів. Тому мовні засоби, як правило, включають стилістичні, синтаксичні та лексичні елементи. До позамовних засобів відносяться міміка і жести.

Серіал „Friends” є яскравим прикладом сучасного кіномистецтва. Подивившись хоча б одну серію, ви побачите безліч жартів, своєрідних персонажів і непередбачуваних розвитків сюжету. Він складається з 10 сезонів і за весь час свого існування на телебаченні отримав велику кількість нагород («Еммі» і «Золотий глобус») і підкорив мільйони глядацьких сердець у всьому світі. Ця комедія була створена Девідом Крейном і Мартою Коуфман і стала найпопулярнішою новою комедією ситуацій сезону 1994-95 рр. Вона займала восьме місце в рейтингу Нельсона. Герої серіалу - шестеро молодих людей, що живуть в Нью-Йорку і зустрічаються в сусідньому кафе, Рейчел, Моніка, Фібі, Джої, Чендлер і Росс. Імена цих персонажів відомі телеглядачам всього світу. Жоден комедійний серіал в історії американського кіно не користувався такою популярністю [Kolbert 1994, с. 143].

Серіал або ж ситком „Friends” містить в собі різні прояви гумору, як і необхідно продукту такого жанру. Серіал отримав величезну популярність на території Сполучених Штатів Америки і різних англомовних країн і було несправедливо залишити цей серіал в межах тільки англійської мови.

Серіал рясніє жартами вельми специфічними, з вживанням жаргонів, гри слів і нескінченного сарказму. Все це є особливістю серіалу, якою так пишаються творці серіалу, проте це тільки додає роботи перекладачам, які досить успішно справляються з цим завданням і дарують нам позитивні емоції [Числова 2013, с. 63].

Використання стилістичних фігур є визначальною рисою комічного в серіалі „Friends”. Стилiстичні засоби включають алегорію, алюзію, антитезу, зведення до абсурду: перебільшення (гротеск, гіпербола, карикатура, пародія, травестія, фантастика, шарж), применшення (літота), градація, змішання стилів або невідповідність мовного стилю ситуації, іронія, метафора, неправильне порівняння з тим, що не має ніяких загальних ознак, несумісність понять в одному ряду, нісенітниця, оксюморон, парадокс, паралелізм, передражнявання, приголомшливі епітети [Числова 2013, с. 67].

Отже, щоб краще розуміти гумор цих молодих людей в серіалі, варто звернути увагу на їх рід заняття та оточення. Рейчел Карен Грін - ентузіаст, яка починає свою кар'єру як офіціантка в кафе, але згодом займає посаду в управлінні компанією Bloomingdale's і пізніше в Ralph Lauren. Моніка Геллер (пізніше Геллер-Бінг), стає шеф-кухарем в ресторані Javu. Фібі Буфе (пізніше Буфе-Хенніген) - ексцентрична масажистка і музикант, Джозеф (Джоуї) Френсіс Трібіані, актор, стає відомим завдяки його ролі в «Днях нашого життя» в якості доктора Дрейка Раморе, Чендлер Мюріель Бінг працює аналітиком у великій корпорації. Пізніше він починає працювати в рекламному агентстві і одружується на давній подрузі Моніці Геллер. Росс Геллер, старший брат Моніки, - палеонтолог, працює в музеї Доісторичної Історії і пізніше стає професором палеонтології в нью-йоркському Університеті. Навколо цієї міцної компанії відбувається

нескінченна кількість різних історій: любовні проблеми, вони сваряться і миряться, але молоді герої не можуть бути до кінця серйозними і стриманими, тому друзі не упускають випадку пожартувати, а відчуття гумору у них відмінне.

Основним методом в теорії перекладу є порівняльний аналіз перекладу або перекладів з оригіналом. У нашій роботі досліджуються особливості перекладу мовної гри з англійської на російську мову, тому саме ці мови будуть зіставлятися одна з одною з метою виявлення особливостей, що виникають при перекладі.

3.1 Фонетика

На фонетичному рівні мови в гуморі широко використовується звуконаслідування тваринам. Даний прийом заснований на звуках, які видаються об'єктом звуконаслідування, в даному випадку тваринами, і використовуються з метою здійснення асоціації з предметом як в наступному прикладі (наслідування жабі, порівняння хірургічного приладу з твариною):

Ross: Quack, quack ...

Однак при перекладі таке звукове наслідування не транслітерується і не транскрибується, оскільки люди різних народів, говорячи різними мовами, по-різному імітують звуки, що відтворюються тваринами. Тобто, для таких випадків існують абсолютні відповідності. Так, американське наслідування жабі „*Quack, quack...*”, в російському перекладі перетворилося в «*Кря, кря, кря ...*».

Однак в серіалі був помічений й інший варіант перекладу ономапоєї, а точніше — його відсутність. У розмові з друзями Фібі використовує звуконаслідування собаці:

Phoebe: Woof, woof.

У російському варіанті ця фраза залишається без будь-якого перекладу взагалі. Ймовірно, що перекладач знехтував перекладом в даному випадку, щоб уникнути втрати комічного ефекту, поклавшись на те, що з попередньої розмови було ясно, що мова йде про собаку.

Нечастим явищем, проте, присутнім в серіалі для створення комічного ефекту є алітерація. Наприклад, для зображення дефекту мови людини, а саме - шепелявості:

Monica: Hi. Alan, this is everybody. Everybody, this is Alan.

Alan: Hi.

All: Hi, Alan.

Alan: I've heard schho much about all you guyschh!

У російському перекладі все виглядає дуже логічно. Як і в оригіналі, звук [с] замінюється на [ш] і повторюється кілька разів, що і є комічним.

Моника: Привет. Алан, это все. Все, это Алан.

Алан: Добрый вечер.

Все: Привет, Алан.

Алан: Я штолько слышал про всех ваш.

Можна зробити висновок, що при перекладі гумору, утвореного на фонетичному рівні, головним завданням залишається збереження комічного ефекту. Переклад здійснюється відповідно до фонетичних можливостей мови, хоча інколи, як нами було проаналізовано вище, переклад може бути відсутнім зовсім.

3.2 Морфологія

На морфолічному рівні відмінності при перекладі помічені у випадках мовної гри, що побудована методом суфіксації та префіксації. Ідеальний

варіант для перекладу, коли в мові перекладу існує відповідна оригіналу морфема. Такий приклад був знайдений в обраному матеріалі:

Phoebe: Umm, I'm talking about that which you already know but won't admit. You love her again; you re-love her!

Ross: Look, I do not re-love her.

У цьому прикладі приставка *re* використовується в своєму значенні *робити щось знову*. З самого висловлювання Фібі: „*You love her again; you re-love her!*” ми бачимо, що використання даної приставки в поєднанні з дієсловом *love* стає перефразуванням *love again*. Таким чином, акцентування уваги на значенні приставки в даному випадку є джерелом комічного в висловлювання. Саме тому збереження цієї морфеми важливо при перекладі. Нижче наведені переклади цього діалогу на російську мову:

Фиби: Я говорю о том, что ты уже знаешь, но не признаёшь. Ты опять её любишь. Ты перевлюбился.

Росс: Слушай, не перевлюбился я в неё.

Однак підібрати влучну морфему не завжди виявляється так просто:

Monica: Can I ask you guys a question? D'you ever think that Alan is maybe... sometimes...

Ross: What?

Monica: I dunno, a little too Alan?

Rachel: Well, no. That's impossible. You can never be too Alan.

Ross: Yeah, it's his, uh, innate Alan-ness that-that-that we adore.

Суфікс *ness*, доданий до імені відноситься до особливої риси характеру цієї самої людини і формує іменник.

Моника: Знаете, я всё хочу спросить. Вам не кажется, что Алан... Ну, что иногда он...

Росс: Что?

Моника: Что его как-то слишком много?

Рейчел: Если его не будет слишком много – это уже будет не Алан.

Росс: Пойми, чем его больше, тем больше наша к нему любовь.

Якщо в англійській мові суфікса було достатньо для опису людини і побудови на цьому гумористичного ефекту, то у випадку з російською мовою, ми можемо спостерігати, що для цієї ж мети використовується вже ціле словосполучення *слишком много*, що на наш погляд знижує комічний ефект, який був присутній в оригіналі у вигляді словотворчості.

Ще один приклад перекладу суфіксації:

Janice: Night-night Bing-a-ling.

До власної назви *Bing* додається суфікс, щоб надати імені жартівливу форму, варто відзначити, що в американській англійській існує схожий за звучанням жаргонізм *ding-a-ling*, що перекладається як *божевільний*.

Помітні відмінності спостерігаються при перекладі на російську:

Дженис: Спокойной ночи, бенгальский огонёк.

Слід звернути увагу, що існує фонетична подібність між *Bing-a-ling* і *бенгальский*. Таким чином, можна припустити, що на морфологічному рівні переклад більше ґрунтується не на семантичній складовій, а все ще на фонетичній.

Проте так відбувається не завжди. У наступному прикладі слід звернути увагу на два слова, що піддаються прийому суфіксації в оригіналі:

Monica: Oh my God! You still have the Chipper!

Chip: The what?

Monica: That's what we used to call your ah, your motorcycle in high school. Y'know how a motorcycle is a Chopper, and you're Chip. Nevermind.

Chip: No, I think it's cute (kisses her).

Monica: Wow! A lipper from Chipper.

В оригіналі *Chipper* це власна назва, *lipper* — авторський окказіоналізм. Моніка сформувала іменник *Chipper* за аналогією з *Chopper*, додавання суфікса до імені хлопця в назві його мотоцикла призвело до подібного звучання зі словом, що існує в мові та номінує мотоцикл. В результаті, вийшло слово не тільки має схоже звучання, але і точно передає значення володіння людиною предметом. Таку гру зі словом можна

віднести до авторського окказіоналізму, однак, в основі його все ж лежить суфіксація. Так само, за аналогією вона формує і іменник *lipper*, що замінює *kiss*.

Моніка: Господи! Чипер до сих пор с тобой!

Чип: Кто?

Моніка: В школе мы так называли твой мотоцикл. Ну, понимаешь, ты – Чип, а мотоцикл – Чипер. Ну, в общем...неважно.

Чип: Да нет, по-моему, очень мило (целует её).

Моніка: Ух, ты! Поцелуй от Чипа.

По-перше, через те, що таке поняття як *чонер* не є розповсюдженим та загальновідомим, перекладач просто опускає цю інформацію та залишає назву *Чипер*, яку Моніка дала мотоциклу, що прив'язана тільки до імені власника.

По-друге, для *lipper* вибирається найпростіша і найочевидніша відповідність — *поцілунок*, в чому втрачається гумор, що заснований на словотворі, який відіграє важливу роль в наведеному діалозі.

3.3 Лексика

При аналізі мовних прийомів засобів створення комічного на матеріалі американської ситуативної комедії „Friends” було виявлено, що на лексико-семантичному рівні мови комічне представлено найбагатше. Отже, можна припустити, що саме при перекладі гумору, заснованому на лексиці і семантиці, використовувалася найбільша кількість трансформацій, які є центральною частиною нашого аналізу.

Перший прийом, що використовується для введення в серіал гумору — це антитеза. Гра на протиставленні представлена в прикладі:

Emily: I hate you!!

Ross: And, I love you!!

Эмили: Ненавижу тебе!!

Росс: Я тебя тоже люблю!!

Можна помітити, що при перекладі було використано абсолютну відповідність, тобто англійське *hate* рівноцінно російському *ненавидеть*, точно такий же зв'язок між *love* і *любить*. Крім того, кожна мовна пара *hate - love*, *ненавидеть - любить* є антонімічною в системі своєї мови.

Комічний ефект протиставлення ґрунтується на контрастному емоційному дисонансі висловлювань двох героїв, що змушує глядача сміятися. Навіть у такій серйозній мовній ситуації як суперечка в ситкомі знаходиться місце для жарту.

Однак важливо зауважити, що саме союз *and*, що був використаний в реченні Росса вказує на неоднозначність висловлювання і надає йому деяке забарвлення іронічності. У російській мові ми бачимо *тоже*, що не є словниковою відповідністю, але зберігає комічний ефект в даному варіанті.

Також, в ході дослідження було виявлено, що комічне може проявлятися за допомогою мовної гри, заснованої на використанні особистих імен. Два засоби, які виражають гумор таким способом — це відомі прізвища і конотативне значення імені, наприклад:

Phoebe: What do you mean, comforted her?

Ross: It's nothing, I just gave her a hug.

Phoebe: Ah-ha! A classic sign of love, the hug!

Ross: It's also a sign of friendship.

Phoebe: Yeah, not in your case Lovey Loverson.

Фібі називає свого друга *Lovey Loverson*, що включає в ім'я певну характеристику влюбливої людини. Джерело комічного в конкретній фразі знаходиться в самій сюжетній лінії комедії, по якій Росс (друг, якого Фібі називає таким ім'ям) був тричі розлучений. Якщо розглянути цей приклад більш детально, то таке прізвище може бути також інтерпретоване як авторський окказіоналізм, оскільки дана лексична одиниця була вигадана мовцем тут і зараз від слова *love* і спирається на факт обізнаності Фібі про розлучення її друга.

У разі авторського окказіоналізма, перекладачеві необхідно трансформувати таку одиницю:

Фиби: Что значит успокоил?

Росс: Ничего. Просто обнял её.

Фиби: Классический знак любви – объятие.

Росс: Это и знак дружбы тоже.

Фиби: Но не в твоём случае, герой - любовник.

У російському перекладі ми можемо бачити, що ні про яке прізвище, що буде говорити само за себе мова вже не йдеться, а також, стійкий російський вислів *герой-любовник* не можна назвати і авторським окказіоналізмом. Відбулася заміна.

Таким чином, російський варіант перекладу зберіг характеристику влюбливої людина, але втратив комічну складову, закладену в формуванні авторського окказіоналізма тут і зараз, що було присутнє в оригіналі. Гумор залишається у вигляді сарказму, вираженим за допомогою звернень *герой-любовник* і заснованого на схильності героя до розлучень.

Наступний прийом мовної гри, який був виділений нами при перегляді комедії - це лексична омонімія. Вона заснована на тому, що однакове слово може мати різне семантичне значення в залежності від контексту, в якому воно використовується.

Явище лексичної омонімії може проявлятися в розумінні слова в прямому значенні, в той час як насправді воно використано в непрямому, на основі чого і виникає гумор, наприклад:

Monica: Phoebe, do you think that your favourite animal says much about you?

Phoebe: What? You mean behind my back?

Моніка зазнає невдачі у своїй спробі дізнатися у своєї подруги Фібі її думку стосовно того, що улюблена тварина може, щось сказати про людину, оскільки Фібі розуміє дієслово *say* в прямому значенні, думаючи, що тварина може говорити щось про неї за спиною: „*You mean behind my*

back?” Така інтерпретація призводить до комічного ефекту, оскільки очевидно, що тварини не вміють розмовляти.

В даному випадку при перекладі на російську мову був використаний еквівалент дієслова *say*, що повністю зберігає побудовану комічну ситуацію:

Моника: Фиби, как ты думаешь, любимое животное много говорит о твоём характере?

Фиби: Что? За моей спиной?

Іншим прикладом такої лексичної омонімії може послужити наступна ситуація:

Rachel: Has anybody seen my engagement ring?

Phoebe: Yeah, it's beautiful.

У цьому прикладі Рейчел за допомогою дієслова *see* намагається дізнатися у друзів, чи не бачили вони її обручку. У цій ситуації дієслово *видеть* використовується у значенні *искать что-то*. Однак, Фібі розуміє дієслово в його прямому значенні, невірно сприймає питання подруги і відповідає невпопад, відповідно до своєї інтерпретації питання: „*Yeah, it's beautiful*”. Така відповідь, ґрунтуючись на неправильному розумінні використання дієслова, не має нічого спільного з ситуацією пошуку предмета, що і є смішним для глядача.

Російський варіант трохи відрізняється від оригіналу:

Рейчел: Ребята, моего обручального кольца никто не видел?

Фиби: Я видела. Изумительное.

Перше, на що відразу звертаємо увагу, це використання антонімічного перекладу питання. Замість „*Has anybody seen ...*” використана конструкція *никто не видел*, яка є більш природньою для питання в російській мові в ситуації пошуку будь-якого предмета. У російському перекладі дієслово *видеть* повторюється і у відповіді Фібі *я видела*, що робить лексичну омонімію більш явною в порівнянні з використаним *yeah* в оригіналі.

Ще одним прикладом лексичної омонімії може послужити наступний діалог:

Rachel: Ross, thank you. Hey, do you guys wanna go see a movie?

Ross: Oh yeah, why not?

Rachel: Pheebs?

Phoebe: No thanks, I've already seen one.

Так само, як і в раніше розглянутому прикладі, Фібі інтерпретує фразу по-своєму. З її відповіді *No thanks, I've already seen one* на пропозицію *go see a movie*, яке є перефразованим реченням *сходить в кино*, слідує, що Фібі неправильно зрозуміла питання друга. Іншими словами, вона не помічає, що речення перефразовано і реагує на нього, як на звичайне, що і породжує сміх. Якщо в оригіналі вся мовна гра будується на дієслові *see*, то в російському перекладі використовується дієслово *пойти*:

Рейчел: Росс, спасибо. Так, кто хочет пойти в кино?

Росс: Я хочу в кино.

Рейчел: Фиби?

Фиби: Нет, спасибо, я в кино уже была.

Таку відповідність використаних дієслів в перекладі можна назвати варіативною, оскільки заміна дієслова *смотреть* на дієслово *пойти* виправдана контекстом, в той час як самі дієслова не є словниковими відповідниками.

Однак слід зазначити, що в перекладі відсутнє перефразування речення походу в кіно, яке спочатку є в оригіналі, що незначно, але впливає на гумор в діалозі. Проте, фраза, що використана в перекладі, виглядає натурально у мові перекладу, що є важливим. Крім того, прийом лексичної омонімії збережений.

В процесі розгляду способів вираження мовної гри в ситкомі ми вже не раз стикалися з тим, що один прийом вираження комічного пов'язаний з іншими, до таких же прийомів відноситься і перифраза. Досить часто в розглянутій нами комедії герої звертаються один до одного не по імені, а

замінюють звернення цілої фразою, акцентуючи увагу на особливості комунікативної ситуації.

Слід зауважити, що Росс досить фанатично (іноді настільки, що друзям стає не по собі) відноситься до всього, що стосується його роботи, наприклад:

Phoebe: Uh-oh. It's Scary Scientist Man.

Ross: Ok, Phoebe, this is it. In this briefcase I carry actual scientific facts. A briefcase of facts, if you will. Some of these fossils are over 200 million years old.

Фібі називає свого друга *Scary Scientist Man*, замінюючи його справжнє ім'я і акцентуючи увагу на його захопленості наукою. Розглядаючи такий прийом, можна його також віднести до авторського окказіоналізму, оскільки таке ім'я було дано другу мовцем тут і зараз, в момент говоріння.

Фиби: О, пришёл наш грозный учёный.

Росс: Так вот, Фиби, посмотри сюда, здесь у меня подлинные научные факты. Целый чемодан фактов. Некоторым из этих образцов более двух миллионов лет.

У російському перекладі використовується варіативна відповідність у вигляді прикметника *грозный*, яка може бути перекладом англійського *scary*, хоч і не в першому значенні. Особливістю тут можна відзначити доповнення присвійного займенника *наш*, що демонструє обізнаність інших членів групи про захоплення та інтереси об'єкта наукою.

Ще один приклад використання даного прийому, відмінний від попереднього:

Mr. Boyle: All right, kids. Here's the deal. According to my client's will, he wants to leave all his earthly possessions to the noisy girls in the apartment above mine.

На цьому прикладі ми можемо знову спостерігати ситуацію, в якій людина не називається по імені, а описується цілою фразою. Оскільки використання такого гумористичного прийому в досліджуваній комедії в

основному реалізується на перефразуванні власних назв, то можна зробити певні висновки про те, що комічний ефект використання перифрази виникає за кількома основними причинами:

По-перше, це може бути навмисна заміна імені фразою, щоб показати зв'язок учасника комунікації безпосередньо з самою ситуацією як в першому прикладі.

По-друге, це може бути акцентування на рисах, характерних тій чи іншій людині, як це продемонстровано в другому прикладі.

По-третє, використання фрази замість імені може бути обумовлено звичайним незнанням імені людини, як це є в останньому наведеному прикладі.

Розглядаючи дану ситуацію, інтерес при перекладі для нас представляє частина речення, яка має перефразу *to the noisy girls in the apartment above mine*.

У російському перекладі діалог виглядає наступним чином:

Мистер Бади: А вот в чём, детки, мой клиент оставил завещание, по которому всё его имущество достаётся двум шумливым девушкам над моей головой.

Використовується числівник, що демонструє такий перекладацький прийом як конкретизація, оскільки в оригіналі не уточнюється скільком дівчатам призначений заповіт. Ще один прийом, що був відзначений нами — варіативна відповідність, яка реалізується цілою фразою. Оригінальна фраза *in the apartment above mine* змінюється на російський варіант, який підходить по контексту *над моей головой*.

Наступний лексичний прийом передачі смішного є одним з найбільш яскравих в комедійних серіалах взагалі і в ситуаційній комедії зокрема. Таким прийомом є пародія:

Rachael: So, like, you guys all have jobs?

Monica: Yeah, we all have jobs. See, that's how we buy stuff.

Joey: Yeah, I'm an actor.

Rachel: Wow! Would I have seen you in anything?

Joey: I doubt it. Mostly regional work.

Monica: Oh wait, wait, unless you happened to catch the Reruns' production of Pinocchio.

Chandler: „Look, Gippetto, I'm a real live boy.”

Joey: I will not take this abuse.

Chandler: You're right, I'm sorry. „Once I was a wooden boy, a little wooden boy...”

В даному прикладі Чендлер пародіює свого друга Джо, який зіграв Піноккіо. Характерною рисою такого засобу вираження комічного є наслідування чиеїсь манери поведінки. У даній ситуації, наслідування поведінки дерев'яного хлопчика. Використовується образ вигаданого персонажа, що добре знайомий усім учасникам комунікації і глядачеві в тому числі, на чому і будується комічний ефект. Посилюється ефект за допомогою гри акторів і вже немовних прийомів. Подивимося на варіант перекладу:

Моника: Почему, я же помню, ты в городском парке играл Пиноккио.

Чендлер: «Джеспетто, я настоящий, живой мальчик».

Джо: Вам не удастся унизить художника.

Чендлер: Конечно нет. «Когда я деревянным был, я в школу не ходил».

Ми можемо бачити, що в перекладі значних змін не відбувається, що можна пояснити тим, що обраний для пародії персонаж є знайомим для двох культур, тому ніякої додаткової інформації при перекладі не потрібно. При перекладі центрального елемента — власної назви використовується однозначний еквівалент *Gippetto* та *Джеспетто* з єдиною різницею — різницею в написанні відповідно до мови.

Однак при зіставленні перекладу з оригіналом, нами була виявлена інша зміна. А саме в перекладі оригінальної фрази *once I was a wooden boy*, тут нас зацікавило словосполучення *a wooden boy*, яке складається з прикметника та іменника, в російському перекладі *мальчик* опускається зовсім, а замість нього з'являється особистий займенник *я деревянным был*.

У російському перекладі нами була виявлена трансформація. Вона присутня у вигляді заміни у фразі *Once I was a wooden boy, a little wooden boy*, друга частина фрази у російському перекладі замінюється на *я в школу не ходил*. Ми припускаємо, що така трансформація була використана для досягнення рими в російському перекладі, яка утворена в оригіналі за допомогою повтору.

Таким чином, пародія — складний елемент для перекладу, оскільки вимагає обізнаності культур, на мову якої здійснюється переклад, про об'єкт пародії, якщо цей об'єкт є вигаданим персонажем. А, також, передачі манери поведінки й мови (у нашому випадку збереження рими при перекладі на російську).

Ще одним поширеним способом вираження мовної гри на лексичному рівні є авторський окказіоналізм. Головною його особливістю є те, що це одиниця мови, створена автором (у нашому випадку мовцем), має значення саме в певній комунікативній ситуації та конкретному контексті. Окказіоналізм межує зі словами-злитками. Такий спосіб характеризується злиттям повнозначних слів, що часто вживаються в авторському порядку, тобто такі слова, як правило, вигадуються, створюються мовцем тут і зараз, наприклад:

Monica: Hi, Dad, what are you doing here?

Mr. Geller: Well, it's your mother's bridge night so I thought that I would come into the city for a little Monicuddle.

У наведеному прикладі батько Моніки складає в одне слово такі слова як *Monica* — ім'я доньки і *cuddle* — обійми, обіймати, притискати, і виходить *Monicuddle*. Комічний ефект досягається шляхом злиття семантики слів і утворення семантичної одиниці, яка точно підходить під ситуацію. Такі утворення становлять особливу складність при перекладі, оскільки з'являється необхідність підбору слів, що можуть зберегти і семантичне значення, і здатних злитися в одне слово.

Моника: Папа, что ты здесь делаешь?

Мистер Геллер: Твоя мама сьогодні грає в бридж, так що я решил заєхать и проведать свою малышку.

Здійснюється заміна слова-злитка на фразу *проведать свою малышку*. Перекладач відмовляється від слова-злитка зовсім, через що втрачає елемент словотворчості і комічний ефект.

Досить часто комедійний ефект в серіалі досягається за допомогою каламбурів і обігрувань значень. Це можна проілюструвати ситуацією, коли Чендлер, Фібі і Моніка знаходяться в готелі з досить тонкими стінами, через які можна почути, що відбувається в сусідній кімнаті. Припавши до стіни, вони з'ясовують, що Росс зраджує Рейчел з подружкою Джоуї. Діалог Моніки з Фібі.

Monica: I am not sure about this.

Phoebe: Yeah? You're right!

Monica: I am not sure it's the best way to hear everything! Get me a glass!

Моника: Нет, так нельзя!

Фиби: Правильно. Нас это не касается.

Моника: Ты не правильно поняла. Я плохо слышу. Дай стакан!

При перекладі цього діалогу був застосований прийом смислового розвитку, коли *the best way to hear everything* переклали реплікою *я плохо слышу*.

Іноді для досягнення адекватності перекладу кінокомедії, перекладачеві недостатньо використовувати ті ж мовні засоби, що і в оригіналі, оскільки може виникнути проблема неперекладності і безеквівалентності. Це стосується тих ситуацій, коли мова йде про національний гумор або соціокультурні реалії, які не матимуть бажаного комічного ефекту. Більш того, вони будуть незрозумілі.

В іншій ситуації, коли друзі намагаються переконати Рейчел і Джоуї не зраджувати своїм коханим, Джоуї реагує на це так:

– *You're a pain in my ass, Geller.*

– *Геллер, ты как бельмо на глазу.*

Грубу, розмовну лайку переклали за допомогою фразеологізму з менш експресивним забарвленням. Комічний ефект в мові оригіналу досягається саме завдяки цьому виразу, однак в російському варіанті перекладу така типова американська реалія була б недоречною, оскільки вираз такого типу не є властивим східнослов'янській культурі.

Інший комічний ефект досягається за допомогою іронії. Через високий рівень вологості на острові у Моніки скуйовджене волосся. Їй довелося піти в салон, щоб хоч якось «приборкати» своє волосся. Однак її зачіска все одно виявилася не найкращим рішенням проблеми. Дредлоки, які їй зробили в перукарні, очевидно, виявилися недоречними, оскільки їх носять представники молодіжної субкультури. Чарлі, колега Росса, кидає такі репліки:

– *It's something. You go, girlfriend.*

– *Это очень круто! Пять баллов!*

You go, girlfriend – це розмовна фраза, що означає *Ты молодчина, подруга!* В цьому випадку, перекладач адаптував її до російської мови.

Ще один приклад іронії і гротеску. Друзі повертаються з відпочинку на Барбадосі і Джоуї запитує Чендлера і Роса, як йому летіти з Чарлі, після того як вони розійшлися. На що Чендлер відповідає:

– *Yeah, It's almost as if Air Barbados does not care about your social life.*

– *Ну, такое впечатление, что «Air Barbados» плевать на твою личную жизнь.*

У російському перекладі був використаний більш експресивний еквівалент *плевать*, щоб підкреслити комічність ситуації.

У серіалі досить часто відбуваються моменти, коли ситуація стає комічною безпосередньо через недомовки героїв або нерозуміння ситуації. Зокрема, в літаку Рейчел просить Джоуї поговорити з Россом про їхні стосунки. Однак Джоуї так і не наважується пояснити все другу, натомість говорить, як важлива йому їх дружба. Рейчел, вважаючи, що Джоуї все розповів Россу намагається також поговорити про це. Це призводить до комічної ситуації, оскільки вони говорять про різні речі.

Ross: I am so excited about this.

Rachel: Really? Excited?

Ross: What, are you kidding? I have had some very dirty dreams about this.

Росс: Я так рад.

Рейчел: Серьезно? Ты рад?

Росс: Еще бы! Это осуществление моих эротических снов!

Інший гумористичний прийом — це чорний гумор, за допомогою якого досить органічно і дотепно висміюються звичайні життєві негаразди. Прикладом може служити сцена, коли Рейчел приводить дитину до Росса, який є її батьком, на вихідні, як це прописано за контрактом. Днем раніше дочка була у бабусі Рейчел. Росс бере дитину на руки і питає:

– Did she give you a bottle of antidepressants again to use as a rattle?

– Она снова вместо погремушки подсовывала тебе антидепрессанты?

На що Рейчел відповідає так:

– That was one time, Ross, and they were only, like, five milligrams.

– Росс, это произошло лишь раз. И они были слабые.

Примітно те, що автор акцентує увагу на тому, що антидепресанти мали слабку дозу заспокійливого.

Ще один приклад чорного гумору в серіалі будується на використанні розмовних дитячих слів з метою акцентування уваги на серйозну проблему безпліддя пар. Чендлер і Моніка приходять до подружжя, які усиновили дитину, щоб отримати консультацію щодо необхідних документів та процедур. Чендлер починає розмову в такий спосіб:

– So a lot of malfunctioning wee-wees and hoo-hoos in this room, huh?

– В этой комнате собрались люди, у которых не все работает.

Англійське слово „wee-wee” означає «пі-пі» і використовується в розмові з дітьми, а слово „hoo-hoo” означає «ого-го» для вираження радості і здивування. При перекладі автор використовував узагальнення, яке досить точно відобразило сутність сказаного і зовсім не зменшило комічності ситуації, а навпаки, посилило.

Оскільки герої серіалу молоді люди, то в своєму спілкуванні часто використовують нецензурну лексику. Так, Фібі, коментуючи негідну поведінку Чарлі використовує розмовну нецензурну лексику, яка в оригіналі звучать «м'якше», ніж в російському перекладі:

– *Oh? That tart! Floozy! Giant.*

– *Шлюха! Потаскуха! Маньячка.*

Слово *tart* має значення «розпусна жінка», *floozy* означає «ненаситна жінка», і *giant* - «гігант». Як бачимо, перші два слова мають майже однакове значення. Для надання колоритності і експресивності перекладач використовує слова «шлюха», «потаскуха» і «маньячка». І навпаки, подібна ситуація виникає, коли Фібі пояснює колишній дівчині Майка, що він її покинув. Ображена цим фактом вона, будучи розлюченою, так висловлюється про нього:

– *Screw you, Mike. You're a coward and a bastard and I hope you rot in hell!*

– *Пошел ты, Майк! Ты, подлый трус! Гори в аду!*

При перекладі цих реплік перекладач використовував менш експресивно забарвлені вирази, ніж в оригіналі.

Інший цікавий прийом - каламбур. Каламбур вивчається вже давно, існує безліч наукових праць, присвячених різним аспектам його функціонування. Інтерес до даного мовного феномена виник ще в кінці ХХ столітті. Однак проблема вивчення каламбуру в різних аспектах і сьогодні не втратила своєї актуальності.

Каламбур - жарт, заснований на комічному використанні слів, які мають подібне звучання, але різне значення, або на використанні різних значень одного слова. Тобто, сутність каламбуру полягає в зіткненні або, навпаки, в несподіваному об'єднанні двох несумісних значень в одній фонетичній формі [Горшкова 2013, с. 54].

З точки зору функціонально-прагматичного підходу до визначення каламбуру, можна стверджувати, що семантична структура каламбуру включає мовностилістичний і екстралінгвальний компоненти. Перший реалізується на експресивно-стилістичному, асоціативно-образному і

функціональному рівнях, останній - на предметно-логічному і національно-культурному [Гайдук 1978, с. 133].

Існує кілька класифікацій каламбуру, які засновані на внутрішній структурі каламбуру, на його стилістичних функціях в творі і на приналежності фонового компонента до тієї чи іншої категорії культурних відомостей. При перекладі каламбуру використовується семантика одного чи двох компонентів ядра або нова семантична основа. Є три основних прийоми передачі каламбуру при перекладі:

1. Вилучення, тобто просто переклад тексту оригіналу.

Джоуї дивиться ТБ-шоу „Wheel of fortune”. Учасник повинен відгадати назву скульптури 4 президентів США „Mount Rushmore”. Заходить Чендлер і саме в цей момент Джоуї вимовляє свій варіант відповіді, припускаючи, що це «Граф Рашмор».

TV show: „_OUNT RUSH_ ORE”

Joey: This guy is so stupid. It's Count Rushmore!

Джоуї: Такой глупый игрок. Это же Граф Рашмор! – Ну и тупица, это же Граф Рашмор!

Далі Чендлер запрошує Джоуї піти з ним і Дженіс на хокей. Джоуї не подобається Дженіс і він говорить про це Чендлеру:

Chandler: I'm crazy about her now. This could be a real thing. Capital R, capital T. Do not worry those are the right letters.

Чендлер: А теперь я от нее без ума. Полагаю, это любовь, с больших букв оба слова. И это правильные буквы.

Joey: Look, what do you want me to say?

Джоуї: Ну что я должен тебе сказать?

Chandler: I want you to say that you like her.

Чендлер: Скажи, что она тебе нравится!

Joey: I can not, it's like chemical thing, you know?

Джоуї: Не могу, это нечто вроде химическое.

Chandler: Thanks for trying. Oh, and by the way, there is no Count Rushmore. Чендлер: Спасибо за честность. И, кстати, никакого Графа Рашмора.

Joey: Then who's the guy who painted the faces on the mountain?

Джоуи: А кто же тогда нарисовал на скале те лица?

Існує відома міжнародна дитяча навчальна програма Вулиця Сезам. Одним з героїв є Граф фон Знак - Count von Count (схожий чимось на графа Дракулу), який в одному з випусків вчив дітей рахувати. Джоуї, через свою необізнаність, подумав, по-перше, що оскільки голови 4, то мова йде саме про це Графа фон Знака, по-друге, він вважає, що це малюнок, а не скульптура. Тобто, мова йде про певні базові знання. Оскільки ця телевізійна передача не є популярною в Росії, то глядач не зрозуміє цього каламбуру.

Також потрібно звернути увагу на фонетичний аспект каламбуру, заснований на співзвучності слів count та mount. У російському варіанті перекладу ми спостерігаємо вилучення даної співзвучності, що призводить до втрати комічного ефекту. Взагалі, даний серіал рясніє великою кількістю сленгу, розмовних простих виразів, іноді, трохи грубуватих. Ми не можемо не перекладати це і постійно опускати при перекладі деякі грубуваті фрази. У наведеному вище діалозі, перекладач, на наш погляд, намагався використовувати менш експресивну лексику. Проте, можна запропонувати і такий варіант перекладу деяких реплік даного діалогу:

Joey: This guy is so stupid. It's Count Rushmore!

Джоуи: Ну и тупица, это же Граф Рашмор! (замість такой глупый игрок).

Chandler: I'm crazy about her now. This could be a real thing. Capital R, capital T. Do not worry those are the right letters.

Чендлер: А теперь я схожу по ней с ума. У нас могут сложиться серьезные отношения, с большой буквы С и О. Не сомневайся, буквы я назвал правильно (замість А теперь я от нее без ума. Полагаю, это любовь, с больших букв оба слова. И это правильные буквы).

2. Калькування - відтворення каламбуру в мові перекладу за зразком каламбуру в мові оригіналу, тобто шляхом точного перекладу значущих частин каламбуру мовою оригіналу.

Monica: Chandler, it happens to lots of guys. You were tired, you had a lot of champagne, do not worry about it.

Моніка: Чендлер, с кем не бывает. Честно, ты просто устал, выпил много шампанского. Не волнуйся.

Chandler: I'm not worried, I'm fascinated. It's like biology. Which is funny, because in high school I failed biology and tonight biology failed me.

Чендлер: Я не волнуюсь, я удивляюсь. Это биология. Так странно, но в школе я провалил биологию, а теперь она провалила меня.

В основі каламбуру лежить пряме і метафоричне значення слова *to fail*. Тому, комічний ефект був досягнутий.

3. Компенсація - спосіб перекладу, при якому елементи змісту оригіналу, які були втрачені при перекладі, передаються в тексті іншим чином для компенсації семантичної втрати. У прикладі, розглянутому нижче, використовуються два варіанти перекладу.

Joey: He said: «When are you gonna grow up and start being a mom?».

– *Он сказал: «Когда ты повзрослеешь и начнешь вести себя как мать?».*

– *Он говорит: «Ты должна взрослеть, ты же мать!».*

Ross: Wow...

– *Ого...*

– *Не плохо...*

Joey: Wait, then she came back with „The question is when are you gonna grow up and realize I have a bomb?»”.

– *А она ему: «А когда ты повзрослеешь и поймешь, что я томаты?!».*

– *А она ему отвечает: «Это ты должен скорее взрослеть и обнимать».*

Ross: Okay, wait. Are you sure she did not say: «When are you gonna grow up and realize I am your mom?».

– *Минуточку. А может она сказала: «Когда ты поймешь, что я твоя мать?».*

– *Обними?! Может она сказала: «Это ты должен скорее взрослеть, а не мать».*

Joey: Yeh... That makes more sense.

– *Действительно, так больше смысла.*

– *Да, в этом больше смысла.*

Слова *tom*, *bomb* є складовими компонентами каламбуру, який базується на фонетичному співзвуччі двох слів. Слово *tom* - стимулятор, *bomb* — результат. При перекладі на російську мову перекладач досяг необхідної звукової подібності за допомогою слів *мать* і *томаты*, російською — *обнимать*, а не *мать*. Слід зазначити, що варіант перекладу «томати» не випадковий, він базується на словосполученні *your tom - твоя мать*.

Наведемо ще один випадок використання каламбуру:

Фібі зустрічається в кафе з розлученим чоловіком, який привів дітей на побачення з нею. Він розповідає про життя дітей і про те, які вони дотепні, наводячи приклад жартів, які діти вигадують:

– *What's green and says „Hey, I'm green?”*

– *Что зеленое и называет себя лягушкой?*

– *A talking frog.*

– *Лягушка, которая умеет говорить.*

Як бачимо, переклад такого жарту не викликав труднощів, оскільки був перекладений буквально, при цьому якість жарту не була втрачена.

Аудіовізуальний текст передає культурну репрезентацію світу за допомогою мови і зображення. Вважається, що перекладачеві доводиться балансувати між двома мовними і культурними системами і володіти не просто знанням двох мов, але і знанням двох культур [Арнольд 2009, с. 266]. Перекладач має справу зі складним семіотичним текстом, фільмом, серіалом або телевізійною програмою, що складається з знаків: вербальних і невербальних, інтенціональних і неінтенціональних, імпліцитних і експліцитних. Ці знаки створюють кодову інформацію, яку у вигляді повідомлення і сприймає глядач [Бандуріна 2012, с. 69]. Декодування цієї інформації і представляє найбільшу складність для перекладача, оскільки

будь-який фільм являє собою полікодовий об'єкт, в якому вербальна і невербальна інформація діє за принципом доповнення.

В рамках сучасного когнітивного підходу до перекладацької діяльності постулюється, що в ситуаціях міжмовного перекладу всі стратегії здійснюються в когнітивному інформаційному полі, зовнішні кордони якого визначаються контекстом ситуації, а конкретні перекладацькі рішення залежать від здатності перекладача використовувати відповідний потенціал поля. Обставини, що перешкоджають зустрічі знака мови перекладу з об'єктом вихідної мови отримують назву «розривів» і обумовлюють когнітивний дисонанс перекладача [Фрейд 2006, с. 288].

Когнітивний дисонанс визначається як «... знання перекладача про те, що між текстами вихідної мови і мови перекладу є змістовні відмінності і реакція на це знання» [Шестаков 2010, с. 223]. Безсумнівно, перекладач кіно працює з вихідним текстом і має справу з каламбурами, грою слів або культурними ремінісценціями відчуває когнітивний дисонанс, адже при аудіовізуальному перекладі у перекладача, можна сказати, «зв'язані руки», оскільки і каламбури, і гра слів можуть спиратися на деякі невербальні знаки. Комічний ефект може створюватися на основі міцного зв'язку вербальних і невербальних засобів вираження і його передача на іншу мову може виявитися непосильним завданням, незважаючи на ступінь професіоналізму перекладача.

Комедійні телевізійні серіали, переклад яких є одним з напрямків роботи сучасних перекладачів, які працюють в сфері аудіовізуального перекладу, є невичерпним джерелом факторів, що обумовлюють когнітивний дисонанс. Пов'язано це в першу чергу з тим, що комедійний серіал або ситуативна комедія є продуктом складної семіотичної природи і характеризується такою властивістю, як інтертекстуальність [Борев 1997, с. 420]. Текст комедійного серіалу дає численні відсилання на популярні персонажі, пісні, телевізійні передачі, рекламу і т.д. Звісно, що велика частина таких культурних реалій невідома для реципієнтів інших культур і переклад жартів і діалогів, комічність яких побудована на

інтертекстуальності, представляє складність для перекладача, тим самим, обумовлюючи його когнітивний дисонанс.

Відповідно до теорії когнітивного дисонансу в разі виникнення дисонансу індивід буде усіма силами прагнути знизити ступінь невідповідності між двома своїми установками, намагаючись досягти консонанса (відповідності). Це відбувається внаслідок того, що дисонанс породжує «психологічний дискомфорт» [Бутовська 2004, с. 475]. Стосовно теорії перекладу, це означає, що перекладач, який відчуває когнітивний дисонанс, обумовлений інтертекстуальністю і лінгвокультурними відмінностями тексту мови оригіналу, буде усіма силами прагнути знайти такий варіант перекладу, який допоможе йому позбутися від когнітивного дисонансу або в значній мірі його послабити.

Теорія когнітивного дисонансу в додатку до перекладу комедійних серіалів дозволяє висунути гіпотезу, що перекладачеві комедійного серіалу, який був створений в іншій культурі, що значно відрізняється від культури цільової аудиторії перекладу, для подолання когнітивного дисонансу потрібно не просто перевести жарти, але, скоріше, наново створити їх на мові перекладу. Іншими словами, для перекладача комедійного серіалу подолання когнітивного дисонансу полягає в породженні тексту мовою перекладу, який по рівню комічного ефекту не поступався б або хоча б наближався до тексту мови оригіналу.

Розглянемо ще кілька варіантів перекладу серіалу. В одній із серій друзі сидять в кафе Central Perk, в якому вони проводять більшу частину вільного часу. Рейчел скаржиться на те, що їй щось потрапило в око, але відмовляється піти до окуліста, якого їй рекомендує Моніка. Друзі починають жартувати над нею, показують пальцями на свої очі і кажуть:

Monica: Hey Rach, remember that great song, Me, Myself, and I?

Rachel: Monica! Come on!

Ross: Hey, does anybody want to get some lunch? All those in favor say I!

Rachel: Ross! Stop it! Come on!

Моніка: Рэйчел, помнишь классную песню «У моей подружки красные глаза»?

Рэйчел: Моніка, перестань!

Росс: Я сегодня так не выспался, хоть спички в глаза вставляй!

Рэйчел: Росс, хватит! Прекрати!

Гумористичний ефект в даному випадку досягається за рахунок того, що, кажучи слово *I*, і Моніка, і Росс показують пальцем собі на око, оскільки слова *eye* і *I* є омофонами в англійській мові. У фразі, що сказала Моніка, ми бачимо відсилання до культурної реалії, популярної американської пісні, яка добре відома вихідній аудиторії, але незнайома або малознайома в інших культурах, а тому є проблемою при перекладі. Оскільки Моніка і Росс показують пальцями собі на очі, при перекладі це неможливо ігнорувати, а тому вихідні об'єкти, на які вони вказують, повинні залишитися і в перекладі. Перекладач розуміє, що повинен залишити омофони *eye* і *I* в перекладі, оскільки комічний ефект будується саме на них. Однак повний збіг омофонів у різних мовах практично неможливий, отже, потрібно знайти спосіб подолання цієї проблеми. Також перекладач розуміє, що пісня *Me, Myself, and I* є культурною реалією, яка незнайома приймаючій аудиторії і в той же час містить слово *I*, яке являється омофоном *eye*.

Відзначимо, що пісень з такими назвами немає в культурі східнослов'янських глядачів. Що стосується другого омофона, то можна відзначити, що в російському варіанті перекладу перекладач абсолютно відійшов від початкової фрази та використав розхожу фразу, яку люди часто говорять, коли не виспалися. Однак оскільки в перекладі цілісність між візуальним і звуковим каналом зберігається, а разом з цим і комічний ефект, який побудований на цьому зв'язку, то можна стверджувати, що перекладачу вдалося подолати явище когнітивного дисонансу.

Ось ще один приклад: від Росса йде дружина. Джоуї і Чендлер втішають його, кажучи, що в світі багато інших жінок, але Росса цікавить: раптом для кожного чоловіка призначена тільки одна жінка. Джоуї не погоджується з ним, кажучи, що це - те ж саме, що сказати: у світі тільки

один сорт морозива, але ж є полуничне, ванільне, шоколадне, і потрібно просто хапати ложку і починати їсти. Але Росс каже:

Ross: «Grab the spoon». Do you know how long it's been since I grabbed the spoon? Do the words, «Billy, don't be a hero», mean anything to you?

Росс: «Хватай ложку». Я, вообще, забыл, как эту ложку в руках держать. Это вы мастера по столовой ложке три раза в день.

Billy, do not be a hero — популярна американська антивоєнна пісня 1970-х рр. У пісні дівчина просить молодого чоловіка, що пішов на війну, не бути героєм і повертатися швидше додому. Гумористичний ефект всієї фрази досягається за рахунок метафоричного вживання словосполучення *grab the spoon* зі значенням *завести відносини, роман*, а цитуючи слова пісні, Росс натякає, що останній раз такі відносини у нього були дуже давно, ще в ті часи, коли пісня була популярною. Переклад всієї цієї фрази, безсумнівно, зумовлює когнітивний дисонанс перекладачів. Для аудиторії східнослов'янських глядачів пісня під назвою «Біллі, не будь героєм», якби навіть і з'явилася в перекладі, то не сказала б зовсім нічого. Однак тут можна зробити ремарку: на англомовних форумах, що присвячені серіалу „Friends”, можна зустріти коментарі з приводу цієї серії і пісні *Billy, do not be a hero*, з яких випливає, що далеко не вся англомовна аудиторія розпізнає в цих словах назву пісні 1970-х років, особливо глядачі молодого покоління і, отже, для них цей жарт втрачає сенс. Тому, на наш погляд, перекладач, проявивши неабияку винахідливість, впорався із завданням перекладу. Фраза *«це ви майстри по столовій ложці три рази в день»* по гумористичному наповненню, яке обрамлене у форму метафори, якщо і не перевищує вихідний текст по інтенсивності комічного ефекту, то максимально наближається до фрази мови оригіналу, а разом з цим перекладач долає когнітивний дисонанс.

У наступному прикладі перекладачам серіалу „Friends” доводиться мати справу з діалогом, комічність якого заснована на співзвуччі слів *omnipotent* - всесильний і *impotent* - безсилий, імпотент. Діалог відбувається в кафе Central Perk, друзі обговорюють, що кожен з них зробив би, якби був

omnipotent. У цей момент в кафе заходить Джоуї, до якого Моніка відразу ж звертається з питанням:

Monica: What would you do if you were omnipotent?

Joey: Probably kill myself.

Monica: Excuse me?

Joey: If little Joey's dead, then I got no reason to live.

Ross: Joey, «omnipotent».

Joey: You are? Ross I am sorry. I had no idea. I thought it was a theoretical question.

Моніка: Джоуї, если бы ты мог исполнить всего одно желание, что бы ты сделал?

Джоуї: Повесился.

Моніка: Но почему?

Джоуї: Потому что остальные девушки мне бы этого не простили.

Росс: Джоуї, у нас тут речь не о девушках.

Джоуї: Не о девушках? Какой кошмар.

Комічність діалогу тримається за рахунок того, що Джоуї вибудовує помилкову етимологію між словами *omnipotent* і *impotent*. Слова мають однаковий латинський корінь і схоже звучання, а оскільки Джоуї відрізняється від своїх друзів низьким рівнем освіти, зовсім не дивно, що він плутає ці слова з діаметрально протилежними значеннями.

У випадку з перекладом на російську мову ситуація ускладнюється тим, що у слова *omnipotent* немає еквівалента з латинським коренем, якій міг би дати відсилання до слова «импотент». Тому перекладач, відчуваючи когнітивний дисонанс і намагаючись подолати його, зовсім відходить від пари *omnipotent - impotent* і обіграє ситуацію за допомогою інших засобів, використовуючи популярний в східнослов'янській фольклорній культурі поняття «желание». Незважаючи на це, гра слів, яку створює Джоуї, повністю втрачається в перекладі, перекладачеві вдається подолати когнітивний дисонанс, тобто зберегти комічний ефект, шляхом заміни слова *omnipotent* на фразу *если бы ты мог исполнить всего одно желание*.

Складність відтворення комічного ефекту на основі алюзій полягає в тому, що алюзія не тільки відсилає нас до тієї чи іншої події або об'єкту (історичному, літературному і т.д.), що має значимість для даної культури, але робить дану культурну інформацію невід'ємною частиною породженого висловлювання.

У ситкомі „Friends”, як і в будь-якому іншому гумористичному матеріалі, зустрічається велика кількість безеквівалентної лексики або реалій, переклад котрих являє собою неабияку складність для перекладачів. При перекладі безеквівалентної лексики в цілому застосовуються такі прийоми:

I. Транскрипція - перекодування іншомовних слів в слова рідної мови з подальшим записом за допомогою букв алфавіту приймаючої мови.

II. Переклад за допомогою замін.

1. Введення неологізму - створення нового слова або словосполучення.

2. Приблизний переклад спрямований на передачу предметного змісту тієї чи іншої реалії. Існує декілька варіантів приблизного перекладу: родовидова заміна передає приблизний зміст реалій одиницею з більш широким значенням, підставляючи родові поняття замість видового; функціональний аналог - мовна одиниця вихідної мови передається одиницею мови, яка викликає подібну реакцію у аудиторії східнослов'янських глядачів; опис, пояснення, тлумачення зазвичай використовуються в тих випадках, коли немає іншого вибору.

3. Контекстуальний переклад - зміст перекладного слова передається за допомогою зміненого контексту.

Нижче спробуємо навести декілька прикладів перекладу комічного на основі алюзій.

Героїня серіалу Моніка входить в кімнату і, побачивши своїх друзів, каже:

– *Oh good, Lenny and Squigy are here.*

– *Отлично. Наши комики уже здесь.*

Lenny i Squigy — герої американського комедійного телесеріалу «Лаверна і Ширлі» (англ. *Laverne & Shirley*). Дані імена в якості алюзії є

іменами, що володіють певним семантичним змістом, що обумовлює можливість їх перекладу. Вони в різних випадках як транскрибуються, так і перекладаються. У нашому випадку імена Lenny і Squigy - це комічні персонажі, що є навряд чи відомими східнослов'янському глядачеві. Перекладач розкриває зміст цих імен, просто використовуючи слово *комики*. При такому перекладі вдається зберегти гумористичний ефект, однак втрачається сама алюзія і культурна специфіка ситуації спілкування. Складність в даному випадку представляє точність вибору повністю відповідного за змістом слова. Для цього важливо уважно вивчити контекст і всі особливості комунікативної ситуації. Наприклад, використання слова *клоуни* в даному випадку зберегло б основний зміст, але додало б поблажливості словами Моніки.

Ross: Well, uh, uh, I don't know, okay, okay, how about with the, uh, with the baby's name?

Carol: Marlon if it's a boy, Minnie if it's a girl.

Ross: ...As in Mouse?

Carol: As in my grandmother.

Ross: Still, you – you say Minnie, you hear Mouse.

Росс: Как мы назовем ребенка?

Кэрол: Марлон, если будет мальчик. Минни, если девочка.

Росс: Как «Мышка»?

Кэрол: Как моя бабушка.

Росс: Все равно, говоришь «Минни», слышно «Маус».

Мінні Маус - вигаданий персонаж, створений в 1928 році Уолтом Діснеєм. Мінні являє собою антропоморфну мишку. Варто сказати, що даний персонаж досить відомий по всьому світу завдяки мультфільмам про Міккі Мауса. У вищенаведеному прикладі використовувався прийом транскрипції і транслітерації при передачі власної назви *Minnie* (*Мінні*). Друга частина імені *Mouse*, практично теж власна назва, так як пишеться з великої літери, при першій згадці перекладається дослівно (*mouse* - миша, мишка), а потім транслітерується (*Mouse* - *Маус*). Таким чином, в першому випадку вдається

передати комізм ситуації, оскільки власна назва *Minnie*, що належить реальній людині, більше асоціюється з вигаданим персонажем - мишкою. У другому випадку транслітерація дозволяє зберегти алюзію на мультиплікаційного героя, який є більш відомим для східнослов'янської аудиторії саме як *Мінні Маус*, а не як *мишка Мінні*.

У наступному епізоді друзі дивляться ехограму ще не народженої дитини Рейчел:

Joey: What are we supposed to be seeing here?

Chandler: I dunno, but... I think it's about to attack the Enterprise.

Джоуї: А что мы должны увидеть?

Чендлер: Не знаю, по-моему, оно собирается захватить звездолет.

„*The Enterprise*” - це назва космічного корабля з популярного науково-фантастичного телесеріалу «*Зоряний шлях*» (англ. *Star Trek*). При перекладі даного оніма використовується генералізація (прийом родо-видової заміни), коли конкретна назва замінюється його референтом. Варіант «звездолет *Энтерпрайз*» можливий для збереження алюзії, тому що для частини східнослов'янських глядачів серіал «*Зоряний шлях*» теж знайомий, тому в закадровому перекладі його можна використовувати, проте формат дубляжу і формат субтитрування накладають певні обмеження на кількість слів. В результаті перекладачеві доводиться робити вибір між варіантами «*Энтерпрайз*» і «*звездолет*». З огляду на те, що більшій кількості глядачів буде зрозуміліше другий варіант, перевага віддається саме йому. Прийом родо-видової заміни, а саме - генералізація, досить часто використовується при передачі власних назв. У даній ситуації руйнується алюзія, проте перекладачеві вдається передати сам референт, його властивості та таким чином зберегти гумористичний ефект, який створюється завдяки перенесенню характеристик з одного об'єкта на інший в новому контексті.

Rachel: Excuse me. I'm sorry, I'm going to have to call you back. I've got Shemp in my office.

Рэйчел: Извините, я вам перезвоню. У меня в кабинете шимпанзе.

Shemp Howard (Шемп Говард) - американський актор і комік, відомий своєю роллю в водевілі «Три маріонетки» - короткометражному фільмі, заснованому на нагромадженні комічних ситуацій, бійок, погонь, неймовірних трюків. Головні герої, як правило, представляли собою досить незграбних людей. Саме цю якість - незграбність - підкреслює героїня серіалу Рейчел, називаючи свого друга, Росса, таким ім'ям. Росс занадто гучно перемелює перець, гримить посудом, і, нарешті, його кошик для пікніка займається від свічки. При перекладі використовується свого роду аналог даного образу, а саме - «шимпанзе», рухи якого також не відрізнялися б особливою вправністю та точністю.

Joey: Ah well, the ah, Pennsylvania Dutch, come from Pennsylvania.

Chandler: And the other ah, Dutch people, they come on from somewhere near the Netherlands, right?

Joey: Nice try. See the Netherlands is this make believe place where Peter Pan and Tinker Bell come from.

Джоуї: Ну, пенсильванские голландцы – они из Пенсильвании.

Чэндлер: А все остальные голландцы? Они откуда-то типа из Нидерландов, да?

Джоуї: Ну, ты приколся. Неверлэнд – это такая сказочная страна, где живут Питер Пен и Венди.

Пітер Пен і Венді є персонажами книг шотландського письменника сера Джеймса. Neverland — вигадане місце, в якому відбувається дія творів Джеймса Баррі про Пітера Пена і робіт, заснованих на них).

В даному прикладі (в оригіналі) відбувається гра слів, а саме - співзвуччя *Netherlands* і *Neverland*, причому друга назва не вимовляється, однак мається на увазі Джоуї, коли він говорить про Нідерланди як про вигадану країну. У перекладі цей каламбур практично зникає, як і сама алюзія на це казкове місце. Ми вважаємо, що краще перевести *Netherlands* (в репліці Джоуї) як Неверланди. Цей варіант дозволить передати на російську мову саме те співзвуччя слів, яке мається на увазі у мові оригіналу - Нідерланди (англ. *Netherlands*) і Неверланди (*Neverland*).

Ross: Oh Pheebs, that's great. It doesn't count.

Monica: Does so count!

Ross: Cheater, cheater, compulsive eater.

Росс: Фиби, это здорово. Но не считается!

Моника: Еще как считается!

Росс: Вредный, жирный, поезд пассажирный.

Даний приклад ілюструє алюзію на дитячі дражнилки. Сам жарт Росса представлений в дещо модифікованій формі. В оригіналі вона звучить як *Cheater, cheater, pumpkin eater*. Сестра Росса, Моніка, в юності страждала від надлишкової ваги. Це і висміює Росс у своїй дражнилці, використовуючи слово *compulsive* - той, хто страждає манією, непереборним потягом. У перекладі цей жарт дуже добре передається функціональним аналогом, який також спрямований на висміювання зовнішніх недоліків адресата.

Monica: It doesn't make any sense.

Joey: Of course it does. It's smart. I used a thesaurus.

Chandler: On every word?

Joey: Yep!

Monica: What was this sentence originally?

Joey: Oh, They're warm, nice people with big hearts”.

Chandler: And that became, “They're humid, prepossessing Homo sapiens with full-sized aortic pumps”.

Monica: Uh, Joey, I don't think we can use this.

Joey: Why not?

Monica: Well, because you signed it “Baby Kangaroo” Tribbiani.

Моника: Тут полная бессмыслица.

Джоуи: Ну, конечно, ты не понимаешь. Слишком умно для тебя. Я пользовался тезаурусом.

Чэндлер: На каждое слово?

Джоуи: Ага!

Моника: И какое же было предложение изначально?

Джоуи: «Они радушные, приятные люди с добрыми сердцами».

Чэндлер: И оно превратилось в «Они благосклонные любезные гомосапиенс... с душевными фиброзно-мышечными органами».

Моника: Хорошо, Джо. Не думаю, что нам это понадобится.

Джоуи: Почему?

Моника: Потому что ты подписал: «Кенгуренок Трибуани».

В даному прикладі міститься алюзія на науковий стиль, спеціальну лексику. Герой серіалу, Джоуї, написав рекомендаційний лист для своїх друзів, в якому перефразував речення, використавши тезаурус. По-іншому — ідеографічний, тематичний словник. Весь абсурд ситуації в тому, що він також переробив своє власне ім'я, Джоуї (англ. Джоу). В австралійському варіанті англійської мови слово *joeu* означає *кенгуренок*.

Така алюзія на діалектний жаргонізм може викликати труднощі декодування навіть у американських глядачів. При цьому безсумнівно, що завдання перекладача — все ж спробувати її передати. В даному випадку відсилання до австралійської назви *кенгуренок* не тільки не була передана на російську мову, а й в такому перекладі взагалі створила плутанину. У письмовому тексті перекладач міг би використовувати додаткові пояснення. Однак формат субтитрів, а саме — обмеження в рамках простору і часу, не дозволили зробити це в даному випадку.

Підводячи підсумки аналізу лексичних прийомів мовної гри, можна сказати, що вони не тільки переплітаються між собою і часто доповнюють один одного, але також ґрунтуються на фонетиці і морфології, що ускладнює завдання перекладача, оскільки елементів, які перекладач повинен брати до уваги і відобразити у своєму перекладі, стає більше. Поширеними прийомами перекладу на цьому рівні є заміни, додавання, опущення і перестановки.

ВИСНОВКИ

У даній роботі комічний ефект був розглянутий як естетична категорія, також були вивчені теорії створення комічного, його засоби та прийоми. У дослідницькому розділі був проведений аналіз засобів створення комічного ефекту на прикладах з популярного американського серіалу „Friends”.

Аналіз теоретичних аспектів дослідження англійського гумору дозволив визначити, що феномен комічного є об'єктом вивчення різних наук, зокрема, естетики, філософії, соціології, психології, літературознавства, лінгвістики.

Комічне розуміється як когнітивний феномен, що виявляється як властивість людської психіки відволікатися від реальності і допомагає людині виявити невідповідність між неповноцінним, недосконалим змістом явища і його формою. Це призводить до того, що комічне перетворюється у засіб мовного впливу на комунікативну поведінку учасників спілкування, що покликане виявляти і виправляти риси особистості. Хоча комічне може бути створено за участю неживих об'єктів, комічне немислимо без участі людини.

Ми розглянули поняття «гумор» і визначили, що це особливий вид комічного, що поєднує насмішку і співчуття, і являє собою смішнаву інтелектуальну здатність помічати в явищах їх комічні сторони. Гумор є невід'ємною частиною життя людей. Він допомагає нам налагоджувати або псувати відносини, показувати рівень інтелекту, а також оптимістично сприймати навколишній світ.

За допомогою гумору персонажі показують відношення один до одного і до тих ситуацій, що з ними відбуваються. Дані прийоми пов'язані з експресивністю, емоційно-оцінною виразністю, несуть викривальну функцію і беруть участь у створенні образу персонажів. Також ці прийоми служать для надання мові образності і передачі емоційно-експресивної оцінки.

Переклад фільмів розглядається як синтетичний, полісеміотичний твір в якому поєднуються вербальні і невербальні складові, що гармонійно

пов'язані між собою та являють єдине ціле. У будь-якому фільмі присутня різна лексика, яка вживається у різних значеннях, має різне емоційне забарвлення і у різних випадках може нести різне смислове навантаження.

Підводячи підсумок, можна сказати, що переклад комедійних серіалів являє собою складну перекладацьку проблему, оскільки лінгвoseміотична структура тексту комедійного серіалу та інтертекстуальність є чинниками, що зумовлюють когнітивний дисонанс перекладача. Відповідно до теорії когнітивного дисонансу у разі виникнення дисонансу індивід буде усіма силами прагнути знизити ступінь невідповідності між двома своїми установками, намагаючись досягти консонанса. Стосовно перекладу комедійних серіалів, подолання когнітивного дисонансу для перекладача полягає в породженні тексту мовою перекладу, який по рівню комічності не поступався б або наближався б до тексту іноземною мовою. Звідси випливає, що переклад комедійних серіалів у зв'язку з труднощами, які створюються наявністю гри слів і жартів, замішаних на культурних феноменах, вимагає неймовірної майстерності від перекладачів і часто вміння вигадувати жарти.

Проаналізувавши засоби створення комічного ефекту на прикладах, можна сказати, що при перекладі цього явища враховуються відмінності в структурі і узусі мов, відмінності національно-культурних традицій. Усі ці розбіжності передбачають неминучі втрати, які, проте, можна компенсувати зміною семантичної основи каламбуру, створенням в перекладі каламбуру іншого типу або в іншому місці тексту, або використанням інших прийомів з аналогічними стилістичними функціями.

Так само, нам вдалося виявити, що одним з найпоширеніших прийомів передачі каламбуру є прийом перетворення. Однак цей прийом не завжди допомагає вирішити проблему передачі каламбуру засобами іншої мови, це пояснюється відсутністю аналогів і еквівалентів у мові, на яку здійснюється переклад. У таких випадках жертва форми заради збереження змісту є виправданою. Коли стійкі словосполучення мови оригіналу не мають еквіваленту у приймаючій культурі, практика перекладознавства пропонує або калькувати вихідні вирази, або використовувати описовий переклад для їх

передачі. Вибір описових засобів проводиться у кожному конкретному випадку індивідуально, але вирішальним залишається функціональний підхід — спроба максимально зберегти прагматику комунікації.

Завдяки розглянутим прикладам, можна сказати що в ситкомі „Friends” найбагатшим по гумористичному наповненню є рівень лексики. Саме в ньому реалізується більшість прийомів мовної гри. Це ж було визначено нами, як одна з особливостей мовного гумору, представленого в ситкомі. Крім того, у якості особливостей і причин складності для перекладу, було відзначено, що мовний гумор вищої ієрархічної ступені будується на елементах більш низьких рівнів. З одного боку, автор використовує такі російські еквіваленти, які звучать навіть більш експресивно, ніж в оригіналі, щоб не втратити комічного ефекту. З іншого — замінює більш експресивні одиниці оригіналу, зазвичай непристойні висловлювання, на нейтральні, але не зменшуючи комічності твору.

Під час дослідження вдалося виявити основні способи перекладу каламбуру: калькування; калькування з перекладацьким коментарем; морфологічне калькування; створення аналогічної гри слів у мові перекладу, або компенсація; опущення, перетворення.

Отже, дослідивши способи перекладу гумору в комедійному серіалі „Friends”, можна виділити проблеми для подальшого дослідження, такі як варіативність російського перекладу, збереження національного гумору іншої культури, використання авторських неологізмів. Так само безсумнівний інтерес представляє вивчення каламбуру у різних функціональних стилях. Від вдалого перекладу безпосередньо залежить художньо-естетична цінність фільму і враження, яке він справляє на глядача. Таким чином, необхідність подальших досліджень є очевидною.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык. Москва : Флинта, 2009. 390 с.
2. Бандуріна Н. С. Особенности интерпретации феномена комического в историко-литературном и философском контексте : *Вестник Ивановского государственного энергетического университета*. Иваново, 2012. №3. С. 68–73.
3. Бергсон А. Смех. Москва : Искусство, 1992. 127 с.
4. Бичков В. В. Эстетика. Москва : Гардарики, 2004. 556 с.
5. Білокурова С. П. Словарь литературоведческих терминов. Санкт-Петербург : Паритет, 2007. 320 с.
6. Борев Ю. Б. Комическое или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия. Москва : Искусство, 1970. 239 с.
7. Борев Ю. Б. Эстетика. Смоленск : Русич, 1997. 511 с.
8. Бутовская М. Л. Язык тела. Природа и культура (эволюционные и кросс-культурные основы невербальной коммуникации человека). Москва : Научный мир, 2004. 440 с.
9. Виноградов В. С. Введение в переводоведение. Москва : ИОСО РАО, 2001. 224 с.
10. Гайдук В. П. «Тихий» перевод в кино : *Тетради переводчика*. Москва. №15. 1978. 155 с.
11. Гоббс Т. Левиафан. Москва : Мысль, 2001. 478 с.
12. Горшкова В. Е. Перевод в кино в XXI веке: статус, проблемы, перспективы : *Вестник*. Иркутск, 2013. № 5. С. 54–62.
13. Горшкова В. Е. Перевод в кино: дублирование vs субтитры : *Вестник*. Иркутск, 2006. № 7. С. 132–140.
14. Дземидок Б. О комическом. Москва : Прогресс, 1974. 224 с.

15. Донченко А. Ю. Каширина Н.А. Проблема переводов каламбуров в художественных фильмах : Современные наукоемкие технологии. 2013. № 4. С. 76–79.
16. Жуланова Е. В., Федоров И. К. Возможности передачи и восприятия культурной специфики комического дискурса в условиях киноперевода : Вестник. Пермь, 2014. № 3. С. 54–60.
17. Зайченко С. С. К вопросу о знаковой неоднородности кинодискурса : Вестник. Челябинск, 2013. № 5. С. 96–99
18. Иванов М. Философия и остроумие. История вопроса. URL: <http://www.zorych.ru/content/view/295/40/> (дата звернення: 22.09.2019)
19. Кант И. Критика способности суждения : Сочинения: В 6 т. / за заг. ред. А.В. Гулиги. Москва : ЧОРО, 1994. Т. 5. 630 с.
20. Карасик А. В. Лингвокультурные характеристики английского юмора. Волгоград, 2001. 196 с.
21. Кулініч М. А. Лингвокультурология юмора (на материале английского языка): монография. Самара, 2004. 264 с.
22. Латышев Ю.В. Феномен юмора в социально-информационном взаимодействии: теоретико-методологический анализ. Новосибирск : Манускрипт, 2003. 147 с.
23. Макарян А. О сатире. Москва : Советский писатель, 1967. 381 с.
24. Мусийчук М. В. Комическое, юмор и остроумие. Журнальный клуб Интелрос: *Вестник Российского Философского общества*. Магнитогорск, 2012. №1. С. 196-199.
25. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. Москва : Кузьма, 1992. 944 с.
26. Райс К. Классификация текстов и методы перевода : *Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике*. Москва : Наука, 1978. 328с.
27. Различные подходы к проблеме объяснения феномена юмора. URL: <http://www.studyexperts.ru/stds-353-1.html> (дата звернення: 25.09.2019).

28. Рюмина М. Т. Эстетика смеха : Смех как виртуальная реальность. Москва : Либроком, 2010. 169 с.
29. Сафонова Е. В. Формы, средства и приёмы создания комического в литературе : *Молодой ученый*. Москва, 2013. №5. С. 474–478.
30. Спиноза Б. Этика: IV. О человеческом рабстве, или о силах аффектов. URL: <http://bdsweb.tripod.com/ru/eth/eth4.htm> (дата звернення: 22.09.2019)
31. Сырцова О. Ф. Прагматика смешного на материале американских анекдотов : *Лингвистика*. Москва, 2014. № 3. С. 31–42.
32. Тамберг Ю. Г. Как развить чувство юмора. Москва: Флинта, 2005. 272 с.
33. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса / пер. с англ. А. Анистратенко, И. Знаешева. Санкт-Петербург : Ювента, 1957. 318 с.
34. Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному. Москва: АСТ, 2006. 480 с.
35. Худавердова Н.П. Комическое и смех в истории мировой эстетической мысли : *Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке*. Краснодар, 2012. С 95–113.
36. Цицерон М. Т. Три трактата об ораторском искусстве / пер. с лат. Ф. А. Петовкого, И. П. Стрельниковой, М. Л. Гаспарова / под ред. М. Л. Гаспарова. Москва : Научно-издательский центр «Ладомир», 1994. 475 с.
37. Челишева И. В. Теория и история российского медиаобразования : учеб. пособие. Москва : Директ-Медиа, 2013. 266 с.
38. Числова Н. М. «Юмор» как средство выражения радости в межкультурном общении. Москва : Директ-Медиа, 2013. 110 с.
39. Шестаков В. П. Английская литература и английский национальный характер. Санкт-Петербург : Нестор-История, 2010. 312 с.
40. Ярміна Т. Н. Вестник, 2009. № 3. 187 с.
41. Attardo S., Hempelmann C. Script oppositions and logical mechanisms. Modeling incongruities and their resolutions : *Humor - International Journal of Humor Research*, 2002. URL: https://www.researchgate.net/publication/249929559_Script_oppositions_and_logical_mechanisms_Modeling_incongruities_and_their_resolutions (дата звернення: 23.11.2019)

42. Chiaro D. Audiovisual Translation : *The Encyclopedia Linguistics*. Blackwell Publishing Ltd, 2013. http://www.researchschool.org/documents/Chiaro_Audiovisual%20Trl.pdf (дата звернення : 06.10.2019).
43. Chovanec J., Ermida I. Language and Humour in the Media Cambridge Scholars Publishing. Cambridge, 2012. URL: <http://www.cambridgescholars.com/download/sample/59339> (дата звернення: 23.11.2019)
44. Dynel M. Blending the Incongruity-Resolution Model and the Conceptual Integration Theory: *The Case of Blends in Pictorial Advertising : International Review of Pragmatics*. Leiden : BRILL, 2011. Vol. 3. № 1. P. 59–83
45. Dynel M. Humorous Garden-Paths: *A Pragmatic-Cognitive Study*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2009. 315 p.
46. „Friends” to the end : CNN.com. URL: <http://edition.cnn.com> (дата звернення : 14.10.19).
47. Giora R. On Our Mind: Salience, Context, and Figurative Language. New-York : Oxford University Press, 2003. 272 p.
48. Holm N. Reassessing the Right to Laughter: Humour, Dissent and the Liberal Imagination : AntePodium. Victoria University Wellington. 2011. URL: <http://www.victoria.ac.nz/atp/articles/pdf/Holm-2011.pdf> (дата звернення : 05.09.2019).
49. Hu S. An Analysis of Humor in The Big Bang Theory from Pragmatic Perspectives : *Theory and Practice in Language Studies*. Finland : Academy Publisher, 2012. Vol. 2. P. 1185 – 1190.
50. Kolbert E. The Conception and Delivery of a Sitcom : Everyone’s a Critic. New York Times, 1994. 320 p.
51. Kostovcik L. The Translation of Verbally-Expressed Humour on Screen in Slovakia : *An Outline of Research Problems. Institute of British and American Studies*. Slovakia : University of Presov, 2009. P. 175 – 180.
52. Marshall J. The Language of Television. London : Routledge, 2002. 117 p.

53. Parret Contexts of Understanding. Amsterdam: John Benjamin PC, 1980. 109 p.
54. Raskin V. Semantic Mechanisms of Humor. Boston : Reidel Publishing Company, 1985. 284 p.
55. Veiga M. Linguistic mechanisms of humour subtitling : *4th Forum for Linguistic Sharing*. Portugal: University of Aveiro. 2009. URL: <https://clunl.fesh.unl.pt/wp-content/uploads/sites/12/2017/07/linguistic-mechanisms-of-humour-subtitling.pdf> (дата звернення: 23.11.2019)
56. Ziv A. Humor as a Social Corrective : Writing and Reading across the Curriculum. 3rd ed. Glenview, IL: Scott, Foresman and Company, 1988. 360 p.

SUMMARY

The presented paper deals with the notion of the comic and the peculiarities of its translation, its implementation through various language means and features of translation of these language means from English into Russian. Special attention is given to the factors that help to retain the comic effect in translation. The study is based on the use and translation of comic expressions in the American sitcom „Friends”. The main characteristic features of translation of the comic effect in films are determined.

The object of the work can be defined as the means of creating comic effect in contemporary English-language TV series.

The main aim of the paper is to identify the peculiarities of translation of linguistic means of creating comic effect into Russian in such a television genre as situational comedy. The realization of these aims determined the accomplishment of such objectives as:

- to outline the nature of the comic and its forms;
- to identify lingual means of creating comic effect;
- to characterize the concept of „film translation” and to define its main features;
- to establish peculiarities of constructing language humour in sitcom;
- to identify linguistic means used in sitcoms to achieve comic effect;
- to describe the types and techniques of translating the means of creating a comic effect in TV series.

The scientific novelty of the presented research lies in the fact that it analyzes the techniques and ways of translating the means of artistic expression from the point of view of the comic.

Keywords: *sitcom, film translation, comic, humor, irony, satire, sarcasm, pun, word play.*