

УДК 81'25=111(045)

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/57-1-28>

Артур ГУДМАНЯН,

orcid.org/0000-0002-5234-1726

доктор філологічних наук, професор,
в. о. завідувача кафедри англійської мови технічного спрямування № 1
Національного технічного університету
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
(Київ, Україна) artgud13@gmail.com

Соломія ЧАЙКА,

orcid.org/0000-0003-1246-3208

магістрант спеціальності «Філологія»
Національного технічного університету
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
(Київ, Україна) (bohdanref@gmail.com)

ДЕКОДУВАННЯ ГУМОРУ В СИТКОМІ «ДРУЗІ»: СТИЛІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

Стаття присвячена аналізу гумору, притаманного американському комічному дискурсу. У роботі розглянуто стилістику жартів серіалу «Друзі», що передбачає комплексний погляд на гумор у даній комедійній ситуації. Незважаючи на низьку репутацію ситкому як окремого жанру кінематографу, він є одним з найбільш придатних матеріалів для такого аналізу, оскільки у ньому відображені реальні життєві ситуації, неформальне спілкування та взаємодія різних архетипів. У процесі виконаного дослідження встановлено зв'язок між соціальним статусом та почуттям гумору персонажів. Загальним принципом визначено інконгруентність, що лежить в основі жартів та може проявлятися на будь-якому мовному рівні. Серед стилістичних фігур найчастіше зустрічаються перебільшення і применшення, а також сарказм та іронія, самоіронія, оманлива поведінка та дотеп, що відіграють важливу роль у відтворенні почуття гумору американського суспільства початку 2000-х. Стаття містить приклади використання вище зазначених способів творення комічного та їхній детальний розбір. Враховано також те, що певні гумористичні прийоми можуть використовуватися не тільки самостійно, але й у поєднанні з іншими, незалежно до якої класифікації гумору вони належать. Йдеться про те, що багато культових жартів часто стали такими саме завдяки дотепному поєднанню видів гумору. Поставлена мета – визначення "інструментарію" гумору, що передбачає аналіз якомога великої кількості троп з акцентом на тому, що породжує комічний ефект. Дослідження переважно зосереджене на прийомах комічного, ніж на обмірковуванні ситуації, в якій вони були реалізовані, оскільки з лінгвістичної точки зору, смішним є не сама тема, а спосіб, у який вона подається у серіалі. Значна частина статті має справу з порівняльною характеристикою різних класифікацій гумористичних технік від відносно давніх до більш сучасних. Гумор у статті розглянуто як регулятор міжособистісних взаємин, що містить безліч конотацій, які мають імпліцитний культурний сенс. Таким чином, дослідження алузій та гумору дозволяє вивчати міжкультурні відмінності в концептуальній картині світу.

Ключові слова: гумор, стилістичні фігури, алузія, інконгруентність, іронія, перебільшення, сарказм.

Artur GUDMANIAN,

orcid.org/0000-0002-5234-1726

Doctor of Philology, Professor,
Acting Head of the English Language Department of Technical Direction № 1
National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"
(Kyiv, Ukraine) artgud13@gmail.com

Solomiia CHAIKA,

orcid.org/0000-0003-1246-3208

Master Student Majoring in Philology
National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"
(Kyiv, Ukraine) bohdanref@gmail.com

DECODING HUMOR IN THE SITCOM "FRIENDS": A STYLISTIC POINT OF VIEW

The article is mainly focuses on the analysis of humor inherent to American comic discourse. The work describes the stylistic features of jokes of the series "Friends" that involves a comprehensive outlook on humor in given society.

Despite a bad reputation of sitcom as a separate genre of world cinematography, it happened to be one of the most suitable materials for such analysis, as it reflects real life situations, informal communication and natural interaction of different character archetypes. In the course of the study, the connection between social status and sense of humor of the characters was established. Incongruity is defined as the underpinning principle, which shapes jokes and can be manifested at any level of language structure. Among the most common stylistic figures being used are exaggeration and understatement, sarcasm and irony, self-irony, deceitful behavior and wit, playing an important role in representing the sense of humor of American society in the early 2000s. This article contains examples of these humoristic devices and their detailed analysis. It is also taken into account that certain humorous techniques can be used not only independently, but also in combination with others, regardless of what classification of humor they belong to. The point is that many emblematic jokes often became as such due to the combination of humor types. The "toolkit" of humor was defined by means of analyzing as many tropes as possible with an emphasis on what generates a comic effect. The study focuses more on the techniques of the comic than on the situation in which they were reproduced, because from a linguistic point of view, it is not the topic and scene themselves that are funny, but the way they are presented in the series. A significant part of the article deals with the comparative characterization of different classifications of humorous techniques from relatively ancient to more modern ones. Humor in the article is considered as a regulator of interpersonal relations, containing many connotations that have implicit cultural meaning. Thus, the study of allusions and humor allows us to study intercultural differences in the conceptual picture of the world.

Key words: humor, stylistic figures, allusion, incongruity, irony, exaggeration, sarcasm.

Постановка проблеми. Сучасний стан лінгвістичної науки ставить перед перекладачами нові виклики. Одним із важливих завдань сьогодення є виявлення особливостей аудіо-візуального перекладу. Дослідження цих неочевидних характеристик у лінгвокультурологічному аспекті дозволить виявити риси певного покоління, реконструювати фрагменти національної картини світу, етнічної свідомості, а також охарактеризувати культурні компоненти в семантиці тексту.

Гумор як невід'ємна складова життя суспільства, заповнив серіали і привернув увагу науковців, які розглядають його як об'єкт нематеріальної культури, що може належати до різних наукових дисциплін, таких як соціологія, філософія, психологія, семіотика та лінгвістика. У лінгвістичному аспекті комічні телесеріали розглядаються як окремий дискурс, особливий тип креолізованого тексту, що включає відеоряд і кінодіалог.

Проте кількість досліджень, присвячених саме ситкомам, є мізерною. Існує кілька причин, які сприяють нинішньому браку досліджень ситкомів. По-перше, існує думка, що комедія ситуацій не є достатньо вагомим предметом для глибокого вивчення. Нарешті, почуття гумору є дуже індивідуальною і суб'єктивною рисою, що призводить до потенційно великої кількості інтерпретацій.

Аналіз досліджень. Однак у спробах ідентифікувати та класифікувати гумор писали свої дослідження Бергера (1993), Буйзена і Валкенбурга (2004), а також Стівен Беллман та Дуейн Варан (2016). Стаття містить аналіз запропонованих ними типологій, що включають різні гумористичні техніки та прийоми.

Гумор ситкому, досліджуваний раніше переважно з теоретичної точки зору, може розглядатися як прикладна наука про побудову діалогів,

аналіз явних і прихованих підтекстів висловлювань, що і визначає **актуальність** нашої статті.

Метою нашої роботи є декодування гумору «Друзів» зі стилістичної точки зору, а також визначення впливу та значення певних стилістичних прийомів у створенні комічного ефекту.

Теоретичне значення зумовлено розширенням можливостей ідентифікації стилістичних фігур у гумористичних стратегіях та розмежуванням жарту, глузування, сарказму та кпини.

Практичне значення статті полягає у використанні її положень і результатів як матеріалу для занять зі стилістики та виявленні інтенцій мовця, що ховаються за жартами та комічними словами.

Виклад основного матеріалу. Розмовний дискурс часто наповнений різного роду комічними елементами. Насправді, певна пікантність додається до мовлення та людської взаємодії за допомогою жартів, дражнилок, насмішок, сарказму, вигуків і т.д. Ситком став найпоширенішою комедійною формою, що має неабияку популярність і довговічність (Mills, 2005). Той факт, що він відображає реальні життєві ситуації, неформальне спілкування між різними типами персонажів, робить його об'єктом для аналізу, який може бути корисним для висвітлення особливостей конкретних націй або культур.

Проте не існує фундаментальної теорії гумору та сміху, оскільки дослідники з таких галузей, як психологія, філософія, соціологія, література та математика запропонували доволі обґрунтовані, але різні описи того, що змушує нас сміятися (Mills, 2005). Як уже згадувалося вище, той факт, що почуття гумору є дуже індивідуальною і суб'єктивною рисою, це обмежує дослідників вдаватися до певних узагальнень.

Незважаючи на зазначені вище різні перешкоди, дослідження в цій галузі можуть стати

рятівним кругом для копірайтерів, маркетологів та інших фахівців, які працюють з текстом, оскільки дослідження типів гумору, що апелює до конкретних аудиторій, можуть допомогти в таргетуванні та створенні контенту. Для того ж, аби прискорити дослідження ситкомів, потрібно розглянути вже існуючі типології гумористичних прийомів і ключові компоненти ситкому.

За словами Стейлі та Деркс (1995), ми повинні розрізнити гумористичність як теоретичну здатність стимулювати викликати гумористичну реакцію та сміх як суб'єктивну оцінку гумору індивідами, на що впливають мотиваційні, емоційні та ситуаційні фактори.

Вивчення схем кодування гумору з минулого, розроблених Бергером (Berger, 1976) та Буйзеном і Валкенбургом (Buijzen, Valkenburg, 2004) допоможуть з'ясувати чимало аспектів телевізійного гумору. Типологія Бергера є розгалуженою та унікальною. В основі її лежить те, що окремі прийоми гумору можуть використовуватися не тільки самі по собі, але й у поєднанні з іншими, незважаючи на те, з якої теорії вони походять. Це має сенс, враховуючи той факт, що багато культових жартів часто якраз і є комбінацією типів гумору.

Бергер зазначав, що виокремив свої типи шляхом «контент-аналізу всіх видів гумору в різних засобах масової інформації» (Berger, 1993). Метою його аналізу жартів було бажання класифікувати типи гумору. Метод Бергера полягав у визначенні «інструментарію» гумору, що передбачає називання якомога більшої кількості прийомів, з акцентом на те, що генерує передбачуваний комічний ефект. Автор більше зосереджується на прийомах, ніж на ситуації, в якій вони були помічені, оскільки стверджує, що смішним є не зміст або предмет, а спосіб, яким цей зміст подається.

У класифікації Бергера антономічні прийоми розглядалися як один. Наприклад, як перебільшення, так і його протилежність – применшення – кодувалися як «перебільшення». Типологія складається з чотирьох основних категорій – мова (вербальний гумор), логіка (ідейний гумор), ідентичність (екзистенційний гумор) і дія (фізичний або невербальний гумор).

Буйзен та Валькенбург (2004) визнали за необхідне адаптувати типологію Бергера у спробах ідентифікувати та класифікувати гумор, що використовується в аудіовізуальних матеріалах. Їх типологія містила 8 категорій, які визначаються таким чином:

- Буфонада – фізичний гумор, часто принизливий.
- Сюрприз – раптова зміна концепцій та образів.

– Іронія – означає протилежне тому, що висловлюється.

– Клоунська поведінка – перебільшена фізична поведінка.

– Непорозуміння – неправильне тлумачення ситуації.

– Пародія – імітація стилю або жанру.

– Сатира – висміювання загальновідомих речей, ситуацій або людей.

– Різне.

Порівнюючи ці дві типології, здатні кодувати гумор ситкому, ми бачимо, що аудіовізуальні медіа можуть містити набагато ширше розмаїття типів і прийомів гумору, ніж нарративи, запропоновані Бергенером. Визначення технік також змінюються при переході від виключно вербальних нарративів до аудіовізуального матеріалу.

Крім того, дослідження Бергера здебільшого зосереджене на гуморі для зрілої цільової аудиторії, тоді як Буйзен і Валкенбург (2004) досліджують гумор, спрямований на всі вікові групи, дітей включно. Однак перевагою типології Бергера є те, що вона не містить категорії «різне», що додає невизначеності. З цієї причини чотири теоретичні категорії Бергера повинні бути використані як основа для нових типологій, але з додаванням технік, що фіксують тонкощі комічного в аудіовізуальному мистецтві.

У подальших дослідженнях, одним з яких є праця Стівена Беллмана та Дуейна Варана (2016), було представлено вдосконалену класифікацію типів гумору. За основу було взято категорії дії, мови, ідентичності та логіки Бергера, оскільки вони позбавлені надмірної невизначеності, але з використанням доробку Буйзена та Валкенбурга. Наприклад, три прийоми Бергера «Дія» включають «Лови», «Ляпаси» і «Швидкість», були об'єднані в один прийом «Незграбність», що свідчить про присутність фізичного гумору в кожному з них.

Після перегрупування залишилися сфери, які не були охоплені, тому автори запропонували п'ять нових специфічних технік, таких як «Дотепність», «Викритий», «Поблажливість», «Оманлива поведінка» та «Самоприниження». Враховуючи жанрову специфіку ситуаційної комедії, Стівен Беллман та Дуейн Варан представили остаточну типологію, що включала чотири категорії та 22 прийоми, які згодом були перевірені під час наступного етапу їхнього дослідження.

Епізоди серіалу «Друзі» становлять креолізований тип тексту, який характеризується наявністю двох складових – вербальної (мовленневої) та невербальної комунікації. Специфіка

креолізованого тексту проявляється в єдності обох компонентів тексту, що функціонують як єдине ціле, причому один з них не може трактуватися без іншого. У ситкомі, як правило, представлені як вербальний, так і невербальний типи гумору. Дійовий зазвичай проявляється у незграбності та клоунської поведінки персонажів.

Буфонада – різновид низького гумору, який ґрунтується на гіперболізованому, а часто і насильницькому зображенні фізичної активності, що виходить за межі нормального фізичного контакту, і використовується переважно в карикатурах. Аналіз фізичного гумору не є об'єктом нашого дослідження, оскільки він повністю візуальний, тому немає можливості в демонстрації текстових доказів аналізованого матеріалу.

За рамками невербального є принцип, який лежить в основі гумору: жарти вимагають інконгруентності. У комічному дискурсі це позначає недоречність, іншими словами те, що не відповідає ситуації. Інконгруентність може проявлятися на будь-якому мовному рівні. Це може бути будь-який стилістичний поворот і будь-яка ситуація, де є невідповідність між тим, що було сказано, і тим, що малося на увазі.

За нашими спостереженнями, така невідповідність здебільшого виникає у спілкуванні персонажів з полярними інтересів та стилем мовлення. Наприклад, у спілкуванні Джої та Росс таке явище особливо помітне. Це пов'язано з тим, що Росс, як науковець, використовує у своєму мовленні багато академічної лексики, тому його слова іноді є незрозумілими для інших персонажів. Один з таких випадків стався під час розмови товаришів у кафе Central Perk [1 сезон, 4 серія]:

Monica: What would you do if you're omnipotent?

Joey: Probably kill myself.

Monica: Excuse me?

Joey: Hey, if Little Joey's dead, then I got no reason to live, you know?

Ross: Joey, uh, omnipotent.

Joey: You are?

Ross: I'm.

Зазначена вище невідповідність ґрунтується на різному словниковому запасі персонажів. Так, у лексиконі Джої відсутнє слово «всемогутній», яке дає йому свободу трактувати сказане в міру своїх знань, що генерує комічний ефект. У деяких випадках персонажі роблять це навмисно, тому така інконгруентність виглядає штучно [2 сезон, 15 серія]:

Ross: (on the phone) Whoa, whoa whoa! Australopithecus isn't supposed to be in that display. No! No! No! Homo habilis was erect, and Australopithecus was never fully erect!

Chandler: Well, maybe he was nervous.

Без сумніву, обидва співрозмовники знають значення наведених слів, але іноді Чендлер вирішує відпускати такі неінтелектуальні жарти, щоб знизити градус напруги. Інший приклад смішної невідповідності можна знайти в епізоді з вечіркою з нагоди народження дитини, де Рейчел та її мама говорять про няню Рейчел [8 сезон, 20 серія]:

Mom: "Rachel, you must get a nanny.

You don't know how overwhelming this is going to be.

When you were a baby, I had full time help. I had Mrs. K."

Rachel: "Mrs. K! She was sweet, she taught me Spanish. (Mimics) Tu madre es loca!"

Mom: "Such a sweet woman!"

У цьому випадку гумор побудований на відсутності знань іноземної мови. Оскільки фраза "tu madre es loca" в перекладі з іспанської означає «твоя мати божевільна», то її вже не можна трактувати як улесливий комплімент. Наведені вище приклади відносяться до категорії жартів «Мова».

Список домінуючих стилістичних фігур, використаних у «Друзях», очолюють перебільшення, іронія та сарказм. Кожна з яких має свою розважальну функцію і різний вплив на людей, яким вони адресовані. Перебільшення і применшення – один з найефективніших способів створення гумору. Вони створюють невідповідність між реальною ситуацією і сказаними словами, що і викликає посмішку. Для того, аби створити гумористичний ефект, перебільшення має бути дійсно очевидним. Це ключ до успіху в комедії. У першій серії є приклад, коли Росс заходить в кафе і вітається зі своїми друзями словом «привіт», але таким жалюгідним голосом, і всім стає цікаво, що саме з ним сталося [1 сезон, 1 серія]:

Monica: Are you okay, sweetie?

Ross: I just feel like someone reached down my throat, grabbed my small intestine, pulled it out of my mouth and tied it around my neck...

Chandler: Cookie?

Описуючи свій душевний стан, він вдається до перебільшення своїх почуттів, імовірно, для того, щоб викликати співчуття друзів. Менш лякливий приклад перебільшення можна побачити в розмові Чендлера і Моніки, коли вона показує йому чек після покупки дорогих черевиків. Він вдається до перебільшення і запитує її: "Are there boots or boat", очевидно, бажаючи поставити її в незручне становище. Подібна звукова форма двох слів в оригіналі робить його ще більш кумедним.

Применшення та літота зустрічаються не так часто, як гіперболізація, однаково характерні для персонажів, які звикли багато роздумувати над своїм життям. Прикладом може слугувати інтимний діалог Росса та Рейчел [5 сезон, 1 серія]:

Rachel: No, you're not an idiot, Ross. You're a guy very much in love.

Ross: Same difference.

Росс явно знецінює свої почуття, використовуючи жарт як техніку збереження обличчя. Йому легше підкреслити невластивий йому ідіотизм, аніж надмірну чутливість, яка йому так притаманна.

Ясно використовуючи перебільшення та применшення як основу своїх жартів, Чендлер Бінг вважається королем сарказму та іронії в ситкомі. Сарказм та іронія – це інструменти розмовної мови, яким щодня користуються мільйони людей по всьому світу. Оксфордський словник визначає іронію як «вираження значень за допомогою висловлювань, що зазвичай означають протилежне, як правило, для гумористичного або емпатичного ефекту».

Наприклад, «це був важкий день» – іронічне речення, коли день насправді був дуже лінивий, без запланованих завдань. Сарказм же, у свою чергу, більше спрямований на конкретну особистість, тому може бути образливим. Він, як правило, приховує злість, бажання когось принизити.

Обидві форми вираження свідчать про дотепність і переводять розмову на інший рівень – метафоричний. На думку Уоллеса, «коли люди ведуть неформальну бесіду, вони майже неминуче використовують іронію (або сарказм), аби висловити щось інше або відмінне від заявленого буквального змістом речення. Як правило, вербальна іронія часто виражається у формі метафори або порівняння» (Wallace, 2014).

Повертаючись до особистості Чендлера, найчастіше він користується своєю дотепністю і проєктує жарти на своїх друзів, але іноді його глузування мають самоспрямований вектор. Коли мовець висміює самого себе, такий тип гумору називається самопринижуючим. Це підкреслює вразливість персонажа перед аудиторією, але водночас демонструє його силу.

Наприклад, в одному з перших епізодів Бінг жартує про важливість своєї роботи, кажучи: *"If I don't input those numbers... It doesn't make much of a difference"*. Обговорюючи нове кохання Моніки, він знову веселить друзів черговим дотепним жартом [1 сезон, 1 серія]:

Monica: Okay, everybody relax. This is not even a date. It's just two people going out to dinner and not having sex.

Chandler: Sounds like a date to me.

This kind of self-irony is a distinctive feature of his character. It seems to me that every episode is infested with his flabbergasting jokes and one-liners that is far from plain and bland humor of Joey. Apart from rich vocabulary his utterances have advanced syntax that results in elaborate sentences full of caustic sarcasm. Unlike naïve and innocent nature of irony, sarcasm by default is harsher stylistic device that is meant to be used for condemning and insulting people. To illustrate this, I want to draw attention to Chandler's hilarious reply to Phoebe's New Year resolution [season 5, episode 11]:

Така самоіронія – визначна риса його характеру. Кожен епізод пронизаний його блискучими жартами та репліками, які далекі від м'якого гумору Джої. Окрім багатого словникового запасу, його висловлювання відрізняються досконалим синтаксисом – складними реченнями, сповненими їдкою сарказму. На відміну від наївної та невинної природи іронії, сарказм за замовчуванням є більш жорстким стилістичним прийомом, який призначений для засудження та критики людей. Аби проілюструвати це, звернімо увагу на відповідь Чендлера на новорічну резолюцію Фібі [5 сезон, 11 серія]:

Phoebe: "My New Year's resolution is to pilot a commercial jet plane."

Chandler: "Now we all have to find a plane lot of people whose resolution is to plum it to their death".

У якийсь момент не тільки Чендлер, але і весь колектив полюбає відшліфувати своє володіння сарказмом і спрямовувати свої їдкі коментарі на адресу друга. Знову ж таки в епізоді, де Моніка розповідає про своє нове побачення, друзі висміюють її поганий смак на чоловіків [1 сезон, 1 серія]:

Monica: There's nothing to tell! He's just some guy I work with!

Joey: C'mon, you're going out with the guy! There's gotta be something wrong with him!

Chandler: So does he have a hump? A hump and a hairpiece?

Phoebe: Wait, does he eat chalk?

Часто не існує чіткого розподілу між перебільшенням і сарказмом, применшенням та іронією. Залежно від наміру, ми можемо змішувати їх, і це призводить до того, що насправді багато саркастичних коментарів ґрунтуються на перебільшенні. Наведемо приклад короткої розмови, коли друзі говорять про здібності один одного [сезон 6, епізод 9]:

Joey: You're gonna cook something?

Rachel: Hey, I cook!

Chandler: Offering people gum is not cooking.

З одного боку, Чендлер гіперболізує невміння Рейчел готувати їжу, а з іншого – недооцінює її в цілому, маючи на увазі, що вона ні на що не здатна.

Потрібно зауважити, що грань, яка розділяє піддражнювання і саркастичні коментарі, дуже тонка. Проте сарказм у «Друзях» не має на меті нанесення психічних травм чи приниження. Але досить регулярно персонажі вдаються до нього як до щита чи зброї, що може бути проблематичним і навіть небезпечним для довірливих стосунків, незалежно чи його використовують навмисно чи ні.

Назвімо речі своїми іменами: сарказм часто дає нам ліцензію на прикрити грубість. Коли нам не вистачає слів для повчання, ми компенсуємо їх більш витонченою формою спілкування, але вона може бути протилежною потребі людини. Усвідомлення і розуміння всіх властивостей сарказму, іронії та безлічі інших гумористичних засобів, усе це, безумовно, дає нам змогу правильно і більш обережно ними користуватися.

Іншою характерною особливістю сценаріїв ситуаційної комедії є велика кількість алюзій. Точкою сходження всіх існуючих на сьогоднішній день визначень алюзії є те, що це непряме посилення на який-небудь факт, особу, подію або текст, що передбачається відомим і знаменитим. Однією з основних функцій алюзії є створення гумористичного ефекту шляхом уведення елементів з одного контексту в інший, завдяки чому виникає контраст, протиріччя, що лежить в основі комічного ефекту.

Гумор, як регулятор міжособистісних відносин, містить конотації та асоціації, що мають імпліцитне культурне значення. Таким чином, як дослідження алюзій, так і дослідження гумору дозволяє вивчати міжкультурні відмінності в мовній картині світу.

Такий літературний прийом, як алюзія, дуже допомагає у створенні якісного сторітелінгу. Автори повинні мати у своєму розпорядженні купу інструментів, і це один з них. Алюзію також визначають як «виразний прояв інтертекстуальних зв'язків» (Hebel, 1989).

Алюзії у фільмах і серіалах мають спільні риси з літературою та романами, а також зі сценаріями. Оскільки алюзії не випадкові, а є результатом творчого мислення, автор контролює їхню очевидність. Важливий аспект – переконатися, що читачі встановлюють зв'язок з описаними речами та явищами. Якщо вони не розпізнають алюзію, частина сенсу тексту втрачається. Деякі алюзії більш очевидні, інші – більш заплутані. Щоправда, це дуже суб'єктивний поділ, тому що він залежить від інтелектуальних здібностей аудиторії.

Оскільки «Друзі» – це частина американського суспільства, їхній гумор часто базується на референсах до культури Сполучених Штатів. Ураховуючи їхній величезний вплив на інші країни та континенти, алюзії, які висловлюють персонажі, легко впізнавані в усьому світі. Наприклад, в одній із серій вони обговорюють дитячі імена та згадують деяких персонажів Волта Діснея [1 сезон, 2 серія]:

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.

Мінні Маус – вигаданий персонаж, створений Діснеєм у 1928 році. Мінні – це антропоморфна мишка відома на весь світ. У ситкомі можна зустріти відсилання до культурної спадщини інших країн [3 сезон, 9 серія]:

Chandler: Hey Joey, where do Dutch people come from?

Joey: Uh... well the Pennsylvania Dutch come from Pennsylvania.

Chandler: and the other Dutch come from somewhere near the Netherlands?

Joey: Nice try, see the Netherlands is this make-believe place where Peter

Ran and Tinker Bell come from.

Пітер Пен і Дінь-Дінь – персонажі книг шотландського письменника Джеймса Баррі. Неверленд – вигадане місце, в якому відбувається дія у творах Джеймса Баррі про Пітера Пена та творах за їх мотивами. Жарт тут можливий завдяки схожості словоформи реальної європейської країни і вигаданої землі, і необізнаність Джоуї в географії.

Поряд із численними алюзіями сценарій ситкому рясніє каламбурами. Належачи до тієї ж категорії «Мова», він передбачає гру слів. На концептуальному рівні каламбур, як і будь-який інший прояв гумору, передбачає одночасну активізацію несумісних концептуальних структур. Каламбур диференціюють на три види: вербальний, візуальний та вербально-візуальний, але ми зосереджуємо увагу лише на першому з них, який визначає концептуальні структури, що створюють гумористичний стимул, і активізуються словами зі схожим або тотожним звучанням, але з різним значенням внаслідок омофонії, полісемії, омонімії або паронімії.

Всі персонажі шоу схильні використовувати каламбур, щоби додати більше грайливості та

веселощів до рутини. Він може бути витонченим або не дуже, і не кожен, хто дивиться серіал, може його збагнути, але в цьому і полягає їхня краса. Всі персонажі «Друзів» використовують каламбури, і доволі важко зосередитись лише на одному, характеристикою якого ці каламбури є визначальними.

Для вдалого каламбуру важливим є контекст. У ситуації, коли подруги збираються в кафе Central Perk, і Рейчел скаржиться, що їй щось потрапило в око, але відмовляється йти до окуліста, якого рекомендує Моніка. Друзі намагаються висміяти несерйозність такої поведінки [5 сезон, 22 епізод]:

Rachel: (flinches) Ross! Come on! That's all right! Fine--Okay, I have a weird thing about my eye. Can we not talk about it please?

All: All right, fine.

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

Rachel: (flinches again) Monica! Come on!

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

Rachel: (freaks) Ross! Stop it! Come on!

Chandler: How much did I love The King and I?

Rachel: Chandler!

Каламбур реалізовано за рахунок схожості звукової форми займенника "I" та іменника "eye", яку так важко зберегти в перекладі ситкому. Наступна гра слів відбувається в епізоді, коли Чендлер підбадьорює свого друга, але очікувано це призводить до кумедного непорозуміння [сезон 4, епізод 7]:

Chandler: It's time to settle down. Make a choice. Pick a lane.

Joey: Who's Elaine?

Останній, але не менш важливий за значенням літературний прийом створення комічного ефекту, знаходиться на межі категорій мови і логіки за Бергером (1993). Дотепні жарти – свято для вибагливого вуха глядача з хорошим почуттям гумору. Часто вони бувають цинічними або образливими, що і надає їм характерної гостроти. Ключовою ознакою дотепу є те, що він потребує часу для розгадки. Дотепне зауваження – це зауваження, яке спочатку проходить повз розум людей, це свого роду, ментальна бомба уповільненої дії, що вибухає лише після того, як її трохи обміркують.

Дотепність, зазвичай, притаманна людям, які володіють багатим словниковим запасом і базовити знаннями у різних сферах діяльності. Одразу встановити зв'язок між реальними життєвими ситуаціями, про які ви маєте намір пожартувати, і поняттями, з якими вони пов'язані, – це складна інтелектуальна робота. Це не лише питання чистої

логіки, оскільки для опису будь-якої геніальної думки потрібно підібрати відповідну лексику. Тож, очевидно, дотепність балансує між двома вищезгаданими категоріями.

В одному з епізодів молодята ведуть бесіду про шлюб. Ось як її коментує Чендлер [сезон 1, серія 23]:

Chandler: All right, I'll tell you what. When we're 40, if neither one of us are married, what do you say you and I get together and have one?

Monica: Why won't I be married when I'm 40?

Chandler: Oh, no, no, no. I just meant hypothetically.

Monica: Okay. Hypothetically, why won't I be married when I'm 40?

Chandler: No, no, no.

Monica: No, no, seriously, what is it? Is there something fundamentally unmarriageable about me?

Chandler: Uh... uh...

Monica: Well?

Chandler: Dear God! This parachute is a knapsack!

Отже, гумор у даній комедії ситуацій є багатограним та цілком відповідає стилістичним особливостям жанру. Він охоплює такі прийоми, як іронія, сарказм, каламбур, концептуальна несподіванка, оманлива поведінка та інші. Надзвичайно пізнавально розчленовувати гумор на різні стилі і спостерігати, який з них більшою чи меншою мірою притаманний улюбленим персонажам комедійних серіалів. У ході аналізу прослідковується взаємозалежність між місцем людини в суспільстві, її стилем життя та особливостями її вербального та невербального гумору.

Тривалість серіалу унеможлиблює аналіз всіх стилістичних засобів. Проте навіть окремі фрагменти сценарію дають змогу виявити ключові складові стилістики гумору ситкому та можуть слугувати цінним орієнтиром для копірайтерів, перекладачів, маркетологів та інших спеціалістів, що працюють з текстами. Оскільки дослідження різновидів гумору, що приваблюють певну аудиторію, може знадобитися у таргетуванні та створенні якісного контенту.

Висновки. У ході написання статті було виокремлено ряд характерних особливостей, які вирізняють гумор комедії ситуацій з-поміж жанрів кінематографу. З'ясовано, що в досягненні умористичного ефекту, який відображено на стилістичному рівні в комедійному серіалі «Друзі», значну роль відіграють засоби мовної виразності, такі як тропи та фігури мовлення. Аналіз стилістичних фігур, уживання яких

сприяє створенню комічного ефекту в рамках зазначеного телевізійного продукту, уможливив визначити такі їх види, як метафора, гіпербола, літота, каламбур. Використання засобів увиразнення мовлення може мати різну мету. Так, каламбур допомагає створити ефект двозначності й загадковості, а перебільшення та применшення підсилюють комічність ситуації.

З'ясовано, що сутність створення ефекту комічності полягає в порушенні законів логіки, невідповідності між очікуванням і реальністю, що

зумовлює виникнення контрасту, а також появу додаткового сенсу, спричиненого явищем імпліцитності. Отже, гумор віддзеркалює злам стереотипів, трансформацію уявлень про навколишню дійсність і моделі мови, що породжує протиріччя образів і сенсів. Перспективи подальших досліджень полягають у більш ґрунтовному вивченні взаємодії мови та культури на прикладі сучасних багатосерійних фільмів та у порівняльній характеристиці комедій ситуацій початку двохтисячних і нашого часу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bellman, S. & Varan D. (2016). A humor typology to identify humor styles used in sitcom. *Humor – International Journal of Humor Research* 29(4).
2. Berger, A. A. (1976). *Laughing matter: Anatomy of the joke*. *Journal of Communication* – p. 113–115.
3. Berger, A. A. (1993). *An anatomy of humor*. New Jersey: Transaction Publishers p. 18.
4. Booty, A. (2002). *The Funny Side of English* (pp. 21–22). Pustak Mahal. London.
5. Buijzen, M. & P. M. Valkenburg. 2004. Developing a typology of humor in audiovisual media. *Media Psychology* 6. 147–167.
6. Friends Scripts. <http://www.angelfire.com/tv/chocgal/scripts.html>
7. Hebel, Udo J. (1989) *Intertextuality, Allusion and Quotation: An International Bibliography of Critical Studies*. New York: Greenwood Press: in Heinrich F. Plett (ed.), pp. 135–164.
8. Kruger, G., & Kuban. (2006). *A Journal of Personality and Social Psychology: Intentions in Teasing: When “Just Kidding” Just Isn’t Good Enough* – pp. 412–413.
9. Mills, B. 2005. *Television sitcom*. London: British Film Institute.
10. Oxford Online Dictionary (2017): <http://www.oxforddictionary.com/>
11. Staley, R. & Derks, P. (1995). Structural incongruity and humor appreciation. *Humor: International Journal of Humor Research*, p. 97-134: <https://doi.org/10.1515/humr.1995>
12. Wallace, B.C., Do Kook Choe, L.K., Charniak, E. (2014): Humans require context to infer ironic intent (so computers probably do, too). In: *Proceedings of the Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (ACL)*, pp. 512–516.

REFERENCES

1. Bellman, S. & Varan D. (2016). A humor typology to identify humor styles used in sitcom. *Humor – International Journal of Humor Research* 29(4).
2. Berger, A. A. (1976). *Laughing matter: Anatomy of the joke*. *Journal of Communication* – p. 113–115.
3. Berger, A. A. (1993). *An anatomy of humor*. New Jersey: Transaction Publishers p. 18.
4. Booty, A. (2002). *The Funny Side of English* (pp. 21–22). Pustak Mahal. London.
5. Buijzen, M. & P. M. Valkenburg. 2004. Developing a typology of humor in audiovisual media. *Media Psychology* 6. 147–167.
6. Friends Scripts. <http://www.angelfire.com/tv/chocgal/scripts.html>
7. Hebel, Udo J. (1989) *Intertextuality, Allusion and Quotation: An International Bibliography of Critical Studies*. New York: Greenwood Press: in Heinrich F. Plett (ed.), pp. 135–164.
8. Kruger, G., & Kuban. (2006). *A Journal of Personality and Social Psychology: Intentions in Teasing: When “Just Kidding” Just Isn’t Good Enough* – pp. 412–413.
9. Mills, B. 2005. *Television sitcom*. London: British Film Institute.
10. Oxford Online Dictionary (2017): <http://www.oxforddictionary.com/>
11. Staley, R. & Derks, P. (1995). Structural incongruity and humor appreciation. *Humor: International Journal of Humor Research*, p. 97-134: <https://doi.org/10.1515/humr.1995>
12. Wallace, B.C., Do Kook Choe, L.K., Charniak, E. (2014): Humans require context to infer ironic intent (so computers probably do, too). In: *Proceedings of the Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (ACL)*, pp. 512–516.